

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
 Федеральное государственное бюджетное образовательное
 учреждение высшего образования
 «Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан
 социально-гуманитарного факультета
 (наименование факультета)
И.В. Цевелева
 (подпись, ФИО)

«26» июня 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

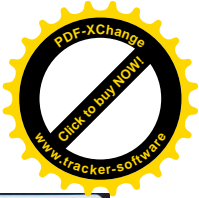
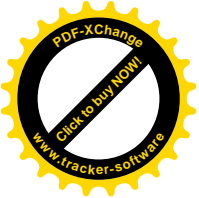
Социальные сети как средство коммуникации

Направление подготовки	42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"
Направленность (профиль) образовательной программы	Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
Квалификация выпускника	бакалавр
Год начала подготовки (по учебному плану)	2020
Форма обучения	очная
Технология обучения	традиционная

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
2	4	3

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
Зачет	Кафедра ИК - История и культурология

Комсомольск-на-Амуре 2020



Разработчик рабочей программы:

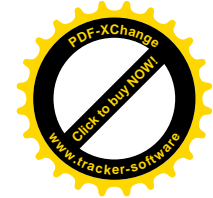
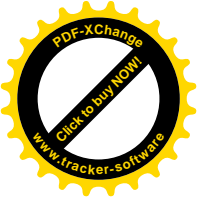
Доцент кафедры ИК, канд. культуроло-
гии

Васильченко А.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой ИК

Петрунина Ж.В.



1 Общие положения

Рабочая программа дисциплины «Социальные сети как средство коммуникации» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 512 от 08.06.2017, и основной профессиональной образовательной программы подготовки «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью".

Профессиональный стандарт 06.013 «Специалист по информационным ресурсам». Обобщенная трудовая функция: С. Управление (менеджмент) информационными ресурсами, ПС 06.013, ТФ 3.3.4, локальные изменения структуры сайта.

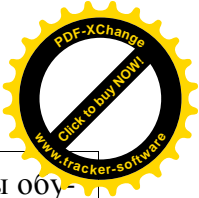
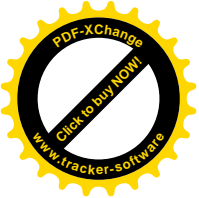
Задачи дисциплины	-Формирование у студентов базовых теоретических и практических знаний, необходимых для работы в социальных сетях; - развитие интереса к области использования социальных медиа в практической деятельности, связанной с коммуникациями; - стимулирование творческого подхода к работе в области социальных сетей; - формирование знаний, умений и навыков использования современного инструментария при работе с социальными сетями, в частности, используемого для размещения контента, анализа ключевых показателей эффективности и мониторинга.
Основные разделы / темы дисциплины	Раздел 1. Социальные сети в контексте информационного общества. Раздел 2. Маркетинг в социальных сетях. Раздел 3. Продвижение СМИ в социальных сетях, влияние социальных сетей на аудиторию.

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины «Социальные сети как средство коммуникации» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 1):

Таблица 1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Универсальные		
-	-	-
Общепрофессиональные		
-	-	-
Профессиональные		
ПК-2. Способен осуществлять коммуникационную	ПК-2.1. Знает особенности и технологии осуществления рекламной и PR-кампаний в сети Интернет	Знать основные приемы работы с социальными сетями, ключевые показатели эффективности



Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
кампанию в сети Интернет.	нет. ПК-2.2. Умеет самостоятельно планировать и осуществлять рекламные и PR-мероприятия в сети Интернет. ПК-2.3. Владеет навыками использования возможностей сети Интернет в целях рекламы и связей с общественностью.	работы с социальными сетями. Уметь проводить мониторинг и анализ активностей в социальных сетях по заданным условиям и анализировать результаты, уметь обоснованно реагировать на критику бренда или компании в социальных сетях, рассматривая различные варианты развития ситуации. Владеть навыками проведения аналитических исследований по различным темам в социальных сетях, составления схемы распространения информации, навыками грамотного интерпретирования результатов аналитических исследований.

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социальные сети как средство коммуникации» изучается на 2 курсе в 4 семестре.

Дисциплина входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к обязательным дисциплинам вариативной части, формируемой участниками образовательных отношений.

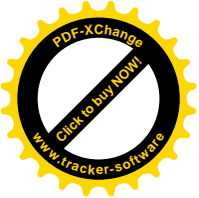
Для освоения дисциплины необходимы знания, умения, навыки и (или) опыт практической деятельности, сформированные в процессе изучения дисциплин / практик: «Аудиовизуальные технологии в рекламе и связях с общественностью» // «Информационные системы и технологии в рекламной деятельности», «Интернет-журналистика», «Пресс-служба», «Продвижение в интернете» // «Коммуникации в постиндустриальном обществе», Учебная практика (профессионально-ознакомительная).

Знания, умения и навыки, сформированные при изучении дисциплины «Социальные сети как средство коммуникации», будут востребованы при изучении последующих дисциплин / практик: Производственная практика (профессионально-творческая), Преддипломная практика.

Дисциплина «Социальные сети как средство коммуникации» в рамках воспитательной работы направлена на формирование у обучающихся умения аргументировать, самостоятельно мыслить, развивает творчество, профессиональные умения и навыки.

Дисциплина «Социальные сети как средство коммуникации» частично реализуется в форме практической подготовки. Практическая подготовка организуется путем проведения - выполнения практических занятий, контрольных работ, иных видов учебной деятельности.

Входной контроль не предусмотрен.



4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 3 з.е., 108 акад. час.

Распределение объема дисциплины (модуля) по видам учебных занятий представлено в таблице 2.

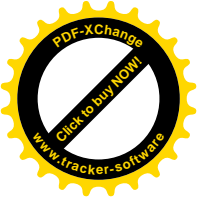
Таблица 2 – Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего академических часов
Общая трудоемкость дисциплины	108
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего	64
В том числе:	
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	32
в том числе часов практической подготовки	0
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	32
в том числе часов практической подготовки	4
Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа , включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	44
Промежуточная аттестация обучающихся – Зачет	

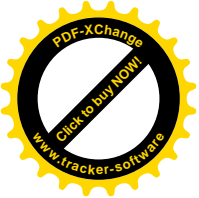
5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебной работы

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			СРС
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
Раздел 1. Социальные сети в контексте информационного общества.				



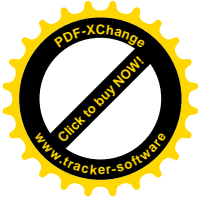
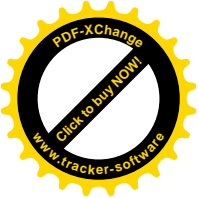
Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
Понятие социальных сетей в контексте информационного общества. Изменения принципов распространения информации. Цели и задачи курса. Понятие социальных сетей в контексте информационного общества. Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе. Влияние социальных сетей на общество в целом. Психологические аспекты. Области использования социальных сетей. Коммуникации, PR, продвижение.	4	4	-	5
Области использования социальных сетей для конкретных целей и задач. Обсуждение со студентами конкретных примеров использования социальных сетей в различных областях. Обсуждение личного опыта, когда студенты испытывали воздействие через социальные сети.	4	4	-	5
История национальных и транснациональных социальных сетей. Карта основных транснациональных социальных сетей. Отличия социальных сетей по аудитории и назначению. Предпосылки появления социальных сетей в различных политических условиях и на различных уровнях развития общества. Основные социальные сети в пространстве СНГ, их отличия и специфика. Основные российские социальные сети, особенности аудиторий в них. Специфика российской аудитории в транснациональных социальных сетях. Влияние социальных сетей на развитие общества в разных странах.	4	4	-	5
Раздел 2. Маркетинг в социальных сетях.				
Маркетинг в социальных медиа: основные понятия. Использование классического маркетинга при работе в социальных сетях. Сегментация аудитории. Анализ аудитории. SMM как совокупность мер по продвижению товаров, услуг, брендов, формированию имиджа и анализу аудитории. Использование рекламного инструментария при работе с социальными сетями. Отличия маркетинговых приемов в разных социальных сетях. Стратегия и методы вирусного маркетинга в социальных сетях. Особенности скрытого маркетинга.	4	4	-	5



Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
Особенности аудиторий социальных сетей. Принципы анализа аудитории в социальных сетях. Особенности восприятия информации аудиториями разных социальных сетей. Переупаковка контента для разных социальных сетей исходя из предпочтений аудитории и паттернов ее поведения. Социально-демографические и географические характеристики аудитории социальных сетей.	4	4	-	6
Раздел 3. Продвижение СМИ в социальных сетях, влияние социальных сетей на аудиторию.				
Способы продвижения СМИ в социальных сетях. Выбор стратегии и площадок присутствия. Благоприобретения СМИ, цели и задачи. Отличия продвижения СМИ от продвижения продуктов.	4	4	-	6
Влияние социальных сетей на аудиторию, контент, технологии СММ. Влияние социальных сетей на работу журналиста и редакции. SMM как новая профессия. Типы контента СММ для социальных сетей, переупаковка и создание специального контента. Ключевые показатели эффективности работы в социальных сетях. Показатели для постоянного, ежедневного, еженедельного мониторинга. Вовлеченность, конверсия, лояльность, стоимость подписчика. Анализ ключевых показателей для заказчика и для самостоятельного контроля.	4	4	-	6
Использование социальных сетей как источников информации для СММ. Работа с негативом. Поиск информации, работа с очевидцами, работа с пользовательским контентом. Работа с негативом, понятие «обратной связи» в социальных сетях. Причины появления негатива. Естественный негатив. Направленный негатив. Методики определения источников негатива. Методики нейтрализации негатива. Работа с лидерами мнений и бренд-амбассадорами.	4	4*	-	6
ИТОГО по дисциплине	32	32		44

*- реализуется в форме практической подготовки

6 Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине



(модулю)

При планировании самостоятельной работы студенту рекомендуется руководствоваться следующим распределением часов на самостоятельную работу (таблица 4):

Таблица 4 – Рекомендуемое распределение часов на самостоятельную работу

Компоненты самостоятельной работы	Количество часов
Изучение теоретических разделов дисциплины	10
Подготовка к занятиям семинарского типа	20
Подготовка и оформление контрольной работы	14
Итого:	44

7 Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

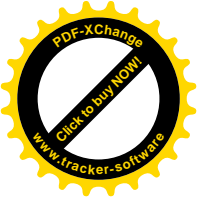
Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации представлен в Приложении 1.

Полный комплект контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), практике хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1. Болотова, А. К. Социальные коммуникации. Психология общения : учебник и практикум для вузов / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков, Л. А. Петровская. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 272 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/468779> (дата обращения: 26.04.2021). – Режим доступа: по подписке.
2. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для вузов / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 443 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/468761> (дата обращения: 26.04.2021). – Режим доступа: по подписке.
3. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 264 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/476595> (дата обращения: 26.04.2021). – Режим доступа: по подписке.
4. Дзялошинский, И. М. Социальные институты и социальная коммуникация. Введение в теорию коммуникационных матриц : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. – Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2020. – 905 с. // IPRbooks : электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/90574.html> (дата обращения: 26.04.2021). – Режим доступа: по подписке.
5. Касьянов, В. В. Социология Интернета : учебник для вузов / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 424 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru/bcode/472779> (дата обращения: 26.04.2021). – Режим доступа: по подписке.
6. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 221 с. // Юрайт : электронно-библиотечная система. – URL:



<https://urait.ru/bcode/472780> (дата обращения: 26.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

7. Риски интернет-коммуникации детей и молодежи : учебное пособие / Т. Н. Владимирова, Е. В. Бродовская, А. Ю. Домбровская [и др.] ; под общ. ред. Н. Ю. Лесконого, И. В. Жилавской, Е. В. Бродовской. – Москва : МПГУ, 2019. – 80 с. // Znanium.com : электронно-библиотечная система. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1341004> (дата обращения: 26.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

8.2 Дополнительная литература

1. Сенаторов, А. А. Битва за подписчика «ВКонтакте»: SMM-руководство / А. А. Сенаторов. – 2-е изд. – Москва : Альпина Паблишер, 2019. – 176 с. пар URL: <http://www.iprbookshop.ru/83086.html> (дата обращения: 26.04.2021). – Режим доступа: по подписке.
2. Смолина, В.А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях : практ. пособие / В.А. Смолина. – Москва : Инфра-Инженерия, 2019. – 252 с. // Znanium.com : электронно-библиотечная система. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1053378> (дата обращения: 26.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

8.3 Методические указания для студентов по освоению дисциплины

1. Дзялошинский, И. М. Социальные институты и социальная коммуникация. Введение в теорию коммуникационных матриц : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. – Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2020. – 905 с. // IPRbooks : электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/90574.html> (дата обращения: 26.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

8.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

- 1) Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://znanium.com/>. - Загл. с экрана.
- 2) Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/>. - Загл. с экрана.
- 3) Научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/defaultx.asp>, свободный. - Загл. с экрана.

8.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Официальный сайт Российской ассоциации по связям с общественностью: <https://www.raso.ru/>
2. Специализированный портал CreateBrand: <http://www.createbrand.ru/about/>

8.6 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

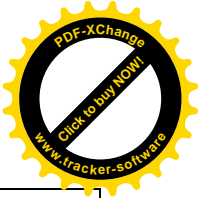
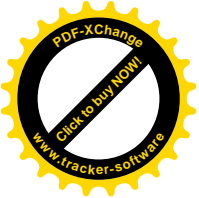


Таблица 5 – Перечень используемого программного обеспечения

Наименование ПО	Реквизиты / условия использования
Microsoft Imagine Premium	Лицензионный договор АЭ223 №008/65 от 11.01.2019
OpenOffice	Свободная лицензия, условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/license.html (Программа распространяется на условиях GNU General Public License)

9 Организационно-педагогические условия

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) — русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

9.1 Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

9.2 Занятия лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

9.3 Занятия семинарского типа

Семинарские занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

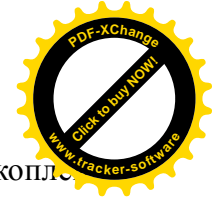
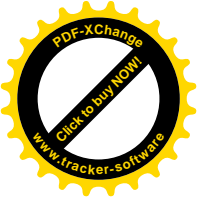
Основной формой проведения семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на семинарских занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Ответ должен быть аргументированным, развернутым, не односложным, содержать ссылки на источники.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.



Оценивание заданий, выполненных на семинарском занятии, входит в накопительную оценку.

9.4 Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов университета.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

9.5 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

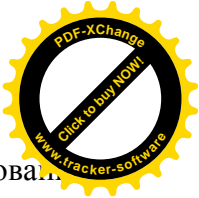
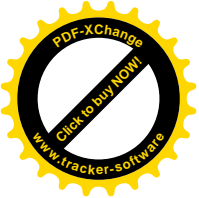
При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств.

1. Методические указания при работе над конспектом лекции



В ходе лекционных занятий студенты должны осуществлять конспектирование учебного материала, при этом, им необходимо обращать особое внимание на основные понятия и категории, раскрывающие особенности существования и функционирования социальных сетей. Также необходимо записывать формулировки основных терминов, связанных с особенностями функционирования социальных сетей как средств коммуникации. Особое внимание нужно уделять практическим рекомендациям, касающихся опыта работы в области социальных сетей, т.к. эти рекомендации будут необходимы студентам при написании ими контрольной работы. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Преподавателю в конце лекции можно задавать уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций и т.д.

2. Методические указания по самостоятельной работе над изучаемым материалом и при подготовке к практическим занятиям

Студентам необходимо начинать подготовку к практическим занятиям с изучения рекомендованной литературы. Они должны помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание студентам следует обращать на содержание основных понятий, положений и выводов, объясняющих те или иные явления и процессы в функционировании социальных сетей как средств коммуникации в информационном обществе, рассмотренных преподавателем на лекционных занятиях, либо изученных самостоятельно. После этого необходимо приступать к выполнению практических заданий. В процессе этой работы студенты должны стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его.

3. Методические указания по выполнению контрольной работы.

При выполнении контрольной работы студентам необходимо повторить теоретический материал, рассмотренный на лекционных занятиях, и изученный самостоятельно в качестве рекомендованной литературы. Контрольная работа включает в себя выполнение контрольных заданий. В процессе выполнения работ студент должен продемонстрировать навыки: проведения аналитических исследований по разным темам и на массиве различных текстов, полученных в различных социальных сетях; составления методологии проведения исследования; формулирования поисковых запросов и выбора важных в конкретной ситуации показателей эффективности; сегментирования аудитории, выделения целевых аудиторий, их интересов и потребностей, выделения ключевых конкурентов, анализа их сильных и слабых сторон подготовки статистических данных и их визуализации; владения инструментами мониторинга и анализа социальных сетей; грамотной интерпретации показателей вышеуказанных инструментов.

Работа должна быть напечатана, а затем отправлена в личный кабинет на проверку преподавателю.

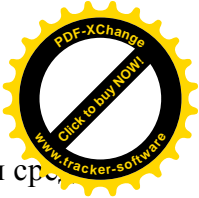
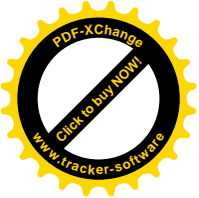
10 Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

10.1 Учебно-лабораторное оборудование

Специализированное учебно-лабораторное оборудование не требуется.

10.2 Технические и электронные средства обучения

Лекционные занятия



Аудитории для лекционных занятий укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия, тематические иллюстрации).

Практические занятия

Аудитории для практических занятий укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа.

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде КНАГУ:

- читальный зал НТБ КНАГУ;
- компьютерные классы (ауд. 311, 313 корпус № 5).

11 Другие сведения

Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

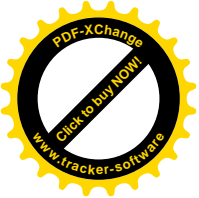
Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:



- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
 - выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
 - устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).
- При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ¹ по дисциплине

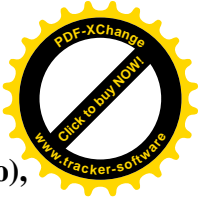
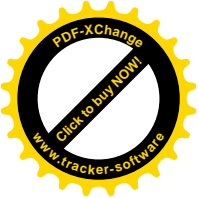
Социальные сети как средство коммуникации

Направление подготовки	<i>42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"</i>
Направленность (профиль) образовательной программы	<i>Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии</i>
Квалификация выпускника	<i>бакалавр</i>
Год начала подготовки (по учебному плану)	<i>2020</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Технология обучения	<i>традиционная</i>

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
<i>2</i>	<i>4</i>	<i>3</i>

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
<i>Зачет</i>	<i>Кафедра ИК - История и культурология</i>

¹ В данном приложении представлены типовые оценочные средства. Полный комплект оценочных средств, включающий все варианты заданий (тестов, контрольных работ и др.), предлагаемых обучающемуся, хранится на кафедре в бумажном и электронном виде.



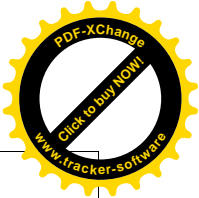
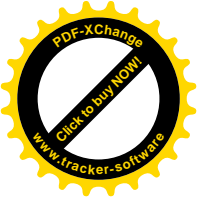
1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Таблица 1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Универсальные		
-	-	-
Общепрофессиональные		
-	-	-
Профессиональные		
ПК-2. Способен осуществлять коммуникационную кампанию в сети Интернет.	<p>ПК-2.1. Знает особенности и технологии осуществления рекламной и PR-кампаний в сети Интернет.</p> <p>ПК-2.2. Умеет самостоятельно планировать и осуществлять рекламные и PR-мероприятия в сети Интернет.</p> <p>ПК-2.3. Владеет навыками использования возможностей сети Интернет в целях рекламы и связей с общественностью.</p>	<p>Знать основные приемы работы с социальными сетями, ключевые показатели эффективности работы с социальными сетями.</p> <p>Уметь проводить мониторинг и анализ активностей в социальных сетях по заданным условиям и анализировать результаты, уметь обоснованно реагировать на критику бренда или компании в социальных сетях, рассматривая различные варианты развития ситуации.</p> <p>Владеть навыками проведения аналитических исследований по различным темам в социальных сетях, составления схемы распространения информации, навыками грамотного интерпретирования результатов аналитических исследований.</p>

Таблица 2 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Формируемая компетенция	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
Раздел 1. Социальные сети в контексте информационного общества. Раздел 2. Марке-	ПК-2.	Задания к практическим занятиям. Конспект.	Знает основные приемы работы с социальными сетями, ключевые показатели эффективности работы с ними. Умеет проводить мониторинг и анализ активностей в социальных сетях по заданным условиям и ана-



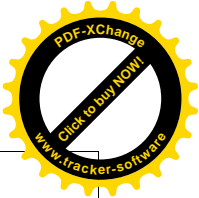
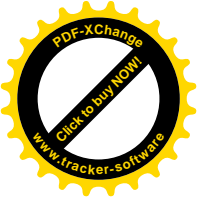
Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Формируемая компетенция	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
тинг в социальных сетях. Раздел 3. Продвижение СМИ в социальных сетях, влияние социальных сетей на аудиторию.			лизировать результаты, обоснованно реагировать на критику бренда или компании в социальных сетях, рассматривая различные варианты развития ситуации. Владеет навыками проведения аналитических исследований по различным темам в социальных сетях, составления схемы распространения информации, грамотного интерпретирования результатов аналитических исследований.
Раздел 1. Социальные сети в контексте информационного общества. Раздел 2. Маркетинг в социальных сетях. Раздел 3. Продвижение СМИ в социальных сетях, влияние социальных сетей на аудиторию.	ПК-2.	Контрольная работа.	Знает основные приемы работы с социальными сетями, ключевые показатели эффективности работы с ними. Умеет проводить мониторинг и анализ активностей в социальных сетях по заданным условиям и анализировать результаты, обоснованно реагировать на критику бренда или компании в социальных сетях, рассматривая различные варианты развития ситуации. Владеет навыками проведения аналитических исследований по различным темам в социальных сетях, составления схемы распространения информации, грамотного интерпретирования результатов аналитических исследований.

2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 3).

Таблица 3 – Технологическая карта

Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
4 семестр Промежуточная аттестация в форме зачета			
Задание к практи-	1 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок



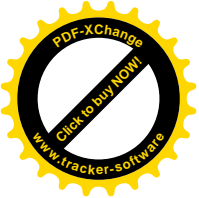
Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
11			но допущены ошибки – 3 балла; задание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 12	12 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 5 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 3 балла; задание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 13	13 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 5 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 3 балла; задание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 14	14 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 5 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 3 балла; задание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 15	15 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 5 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 3 балла; задание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 16	16 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 5 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 3 балла; задание не выполнено – 0 баллов
Контрольная работа	15 неделя	20 баллов	Контрольная работа выполнена полностью и без ошибок – 20 баллов; контрольная работа выполнена полностью, но допущены ошибки – 10 баллов; контрольная работа не выполнена – 0 баллов
Итого	-	100 баллов	-
Критерии оценки результатов обучения по дисциплине: Пороговый (минимальный) уровень для аттестации в форме зачета – 75 % от максимально возможной суммы баллов.			

3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы

3.1 Задания для текущего контроля успеваемости

Типовые задания к практическим занятиям

Практические занятия 1, 2. Понятие социальных сетей в контексте информа-



информационного общества (4 часа).

Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

1. Изменения принципов распространения информации.
2. Цели и задачи курса.
3. Понятие социальных сетей в контексте информационного общества.
4. Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе.
5. Влияние социальных сетей на общество в целом.
6. Психологические аспекты.
7. Области использования социальных сетей.
8. Коммуникации, PR, продвижение.

Практические занятия 3, 4. Области использования социальных сетей для конкретных целей и задач (4 часа).

Обсуждение со студентами конкретных примеров использования социальных сетей в различных областях. Обсуждение личного опыта, когда студенты испытывали воздействие через социальные сети.

Практические занятия 5, 6. История национальных и транснациональных социальных сетей (4 часа).

Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

1. Карта основных транснациональных социальных сетей.
2. Отличия социальных сетей по аудитории и назначению.
3. Предпосылки появления социальных сетей в различных политических условиях и на различных уровнях развития общества.
4. Основные социальные сети в пространстве СНГ, их отличия и специфика.
5. Основные российские социальные сети, особенности аудиторий в них.
6. Специфика российской аудитории в транснациональных социальных сетях.
7. Влияние социальных сетей на развитие общества в разных странах.

Практические занятия 7, 8. Маркетинг в социальных медиа: основные понятия.

Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

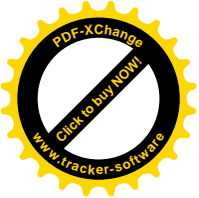
1. Использование классического маркетинга при работе в социальных сетях.
2. Сегментация аудитории.
3. Анализ аудитории.
4. SMM как совокупность мер по продвижению товаров, услуг, брендов, формированию имиджа и анализу аудитории.
5. Использование рекламного инструментария при работе с социальными сетями.
6. Отличия маркетинговых приемов в разных социальных сетях.
7. Стратегия и методы вирусного маркетинга в социальных сетях.
8. Особенности скрытого маркетинга.

Практические занятия 9, 10. Способы продвижения СМИ в социальных сетях (4 часа).

Обсуждение следующих вопросов и проблем.

1. Выбор стратегии и площадок присутствия.
2. Благоприобретения СМИ, цели и задачи.
3. Отличия продвижения СМИ от продвижения продуктов.

Практическое занятие 11, 12. Особенности аудиторий социальных сетей (4 часа).



Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

1. Принципы анализа аудитории в социальных сетях.
2. Особенности восприятия информации аудиториями разных социальных сетей.
3. Переупаковка контента для разных социальных сетей исходя из предпочтений аудитории и паттернов ее поведения.
4. Социально-демографические и географические характеристики аудитории социальных сетей.

Практические занятия 13, 14. Влияние социальных сетей на аудиторию, контент, технологии СМИ (4 часа).

Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

1. Влияние социальных сетей на работу журналиста и редакции.
2. SMM как новая профессия.
3. Типы контента СМИ для социальных сетей, переупаковка и создание специального контента.
4. Ключевые показатели эффективности работы в социальных сетях.
5. Показатели для постоянного, ежедневного, еженедельного мониторинга.
6. Вовлеченность, конверсия, лояльность, стоимость подписчика.
7. Анализ ключевых показателей для заказчика и для самостоятельного контроля.

Практические занятия 15, 16. Использование социальных сетей как источников информации для СМИ. Работа с негативом (4 часа).

Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

1. Поиск информации, работа с очевидцами, работа с пользовательским контентом.
2. Работа с негативом, понятие «обратной связи» в социальных сетях.
3. Причины появления негатива. Естественный негатив. Направленный негатив.
4. Методики определения источников негатива. Методики нейтрализации негатива.
5. Работа с лидерами мнений и бренд-амбассадорами.

Студентам необходимо создать контент, которым можно делиться. Главная задача – создать **интересный** контент, которым подписчики захотят поделиться. Распространение информации необходимо сделать максимально доступной (использовать закладок и тэгов одна из возможностей для пользователя, с их помощью удобно делиться информацией с другими).

Необходимо разработать собственную методику работы с негативом в социальных сетях. Проанализировать ее эффективность.

(реализуется в форме практической подготовки)

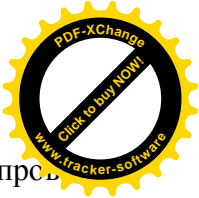
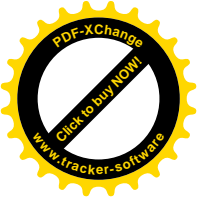
Типовой комплект заданий для контрольной работы

Задание 1.

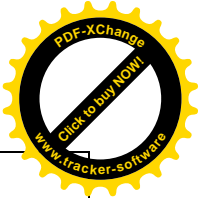
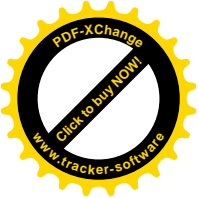
Необходимо подготовить аналитическую записку по результатам анализа присутствия нескольких брендов какого-либо сегмента в социальных сетях. Тема или сегмент, в который входят бренды, выбираются студентом самостоятельно. Работа подразумевает выполнение в жанре аналитической записки.

Задание 2.

Проведение медиаисследования и подготовка отчета по его итогам. Тема медиаисследования формулируется студентом самостоятельно и утверждается преподавателем. Для выполнения исследования студенту необходимо воспользоваться бесплатными инструментами анализа и мониторинга.



В процессе выполнения работ студент должен продемонстрировать навыки: проведения аналитических исследований по разным темам и на массиве различных текстов, полученных в различных социальных сетях; составления методологии проведения исследования; формулирования поисковых запросов и выбора важных в конкретной ситуации показателей эффективности; сегментирования аудитории, выделения целевых аудиторий, их интересов и потребностей, выделения ключевых конкурентов, анализа их сильных и слабых сторон подготовки статистических данных и их визуализации; владения инструментами мониторинга и анализа социальных сетей; грамотной интерпретации показателей вышеуказанных инструментов.



--	--	--	--