

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

Кафедра «Философия и культурология»



УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор

И.В. Макурин  
20/7 г.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины «Социальные сети как средство коммуникации»  
основной профессиональной образовательной программы  
подготовки бакалавров по направлению  
42.03.01 **Реклама и связи с общественностью**  
профиль «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»

Форма обучения            очно-заочная  
Технология обучения      традиционная

Комсомольск-на-Амуре 20/7

Автор рабочей программы  
доцент кафедры «Философия и культу-  
рология», канд. культ.

MS  
« 12 » 12 20/7 г.

Васильченко А.В.

СОГЛАСОВАНО

Директор библиотеки

И.А. Романовская  
« 14 » 12 20/7 г.

И.А. Романовская

Заведующий кафедрой «Философия и  
культурология»

Д.В. Новиков  
« 12 » 12 20/7 г.

Д.В. Новиков

Заведующий выпускающей кафедрой  
«Философия и культурология»

Д.В. Новиков  
« 12 » 12 20/7 г.

Д.В. Новиков

/Декан факультета заочного и дистанци-  
онного обучения

М.В. Семибратова  
« 14 » 12 20/7 г.

М.В. Семибратова

Начальник УМУ

Е.Е. Поздеева  
« 15 » 12 20/7 г.

Е.Е. Поздеева

## Введение

Рабочая программа дисциплины «Социальные сети как средство коммуникации» составлена в соответствии требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11.08.2016 № 997, и образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

### 1 Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Социальные сети как средство коммуникации							
Цель дисциплины	Научить студентов основным приемам работы с социальными сетями.							
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"><li>- формирование у студентов базовых теоретических и практических знаний, необходимых для работы в социальных сетях;</li><li>- развитие интереса к области использования социальных медиа в практической деятельности, связанной с коммуникациями;</li><li>- стимулирование творческого подхода к работе в области социальных сетей;</li><li>- 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.</li></ul>							
Основные разделы 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.							
Общая трудоемкость дисциплины	3 з.е./ 108 академических часа							
		Аудиторная нагрузка, ч				СРС, ч	Промежуточная аттестация, ч	Всего за семестр, ч
	Семестр	Лекции	Пр. занятия	Лаб. работы	Курсовое проектирование			
8 семестр	6	10	-	-	92	-	108	
ИТОГО:		6	10	-	-	92	-	108

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

Дисциплина «Социальные сети как средство коммуникации» нацелена на формирование компетенций, знаний, умений и навыков, указанных в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, знания, умения, навыки

Наименование и шифр компетенции, в формировании которой принимает участие дисциплина	Перечень формируемых знаний, умений, навыков, предусмотренных образовательной программой		
	Перечень знаний (с указанием шифра)	Перечень умений (с указанием шифра)	Перечень навыков (с указанием шифра)
<b>ОПК-6:</b> «Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности».	31 (ОПК-6-4) <b>Знать:</b> ключевые понятия, цели и задачи использования социальных сетей в области коммуникации.	У1 (ОПК-6-4) <b>Уметь:</b> анализировать конкурентную среду в социальных сетях, разрабатывать стратегию присутствия продукта (компании) в социальных сетях, устанавливать ключевые показатели эффективности работы в социальных сетях и разрабатывать схему их отслеживания.	Н1 (ОПК-6-4) <b>Владеть:</b> навыками прогнозирования последствий действий СМИ в социальных сетях, основными методологиями исследований в этой области, навыками разработки собственных методологий.
	32 (ОПК-6-4): теории и практики массовой информации.	У2 (ОПК-6-4): самостоятельно управлять каналами в социальных сетях, работать с негативом, использовать реакции аудитории в социальных сетях для улучшений продукта и процессов в деятельности компании.	Н2 (ОПК-6-4): навыками самостоятельной формулировки собственной методологии исследования, технологии поисковых запросов, поиска (площадки для анализа) информации имеющей значение при анализе.

Наименование и шифр компетенции, в формировании которой принимает участие дисциплина	Перечень формируемых знаний, умений, навыков, предусмотренных образовательной программой		
	Перечень знаний (с указанием шифра)	Перечень умений (с указанием шифра)	Перечень навыков (с указанием шифра)
<b>ПК-5:</b> «Способность реализовывать проекты и владение методами их реализации».	31 (ПК-5-7) <b>Знать:</b> основные приемы работы с социальными сетями.	У1 (ПК-5-7) <b>Уметь:</b> проводить мониторинг и анализ активностей в социальных сетях по заданным условиям и анализировать результаты.	Н1 (ПК-5-7) <b>Владеть:</b> навыками проведения аналитических исследований по различным темам в социальных сетях, составления схемы распространения информации.
	32 (ПК-5-7): ключевые показатели эффективности работы с социальными сетями.	У2 (ПК-5-7): умеет обоснованно реагировать на критику бренда или компании в социальных сетях, рассматривая различные варианты	Н2 (ПК-5-7): грамотного интерпретирования результатов аналитических исследований.

		развития ситуации.	
--	--	--------------------	--

### **3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Социальные сети как средство коммуникации» изучается на 4 курсе в 8 семестре. Дисциплина является вариативной, входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к дисциплинам по выбору.

Дисциплина «Социальные сети как средство коммуникации», совместно с дисциплиной «Продвижение в интернете, является четвертым этапом в формировании компетенции ОПК-3 «Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности». Предыдущими этапами освоения данной компетенции являются дисциплины: «Информатика», «Математика и статистика», «Аудиовизуальные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Информационные системы и технологии в рекламной деятельности». Дисциплина «Социальные сети как средство коммуникации», совместно с вышеперечисленными дисциплинами, является основой для успешного прохождения преддипломной практики на заключительном этапе освоения компетенции ОПК-6.

Дисциплина «Социальные сети как средство коммуникации», совместно с дисциплиной «Продвижение в интернете», является седьмым этапом освоения компетенции ПК-5 «Способность реализовывать проекты и владение методами их реализации». Предыдущими этапами освоения данной компетенции являются такие дисциплины, как «Дизайн в рекламе и связях с общественностью», «Технологии рекламы», «Технологии связей с общественностью», «Презентация проектов в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика успешной коммуникации», «Современные технологии в рекламе и связях с общественностью», а также производственная практика. Дисциплина «Социальные сети как средство коммуникации», совместно с вышеперечисленными дисциплинами, является основой для успешного прохождения преддипломной практики на заключительном этапе освоения компетенции ПК-5.

### **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 дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часа.

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

Таблица 2 – Объем дисциплины по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего академических часов
	Очно-заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	108
<b>Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего</b>	16
В том числе:	
<b>занятия лекционного типа</b> (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	6
<b>занятия семинарского типа</b> (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	10
<b>Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа</b> , включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	92
Промежуточная аттестация обучающихся	-

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

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоемкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
<b>Раздел 1. Социальные сети в контексте информационного общества.</b>					
<b>Понятие социальных сетей в контексте информационного общества.</b> 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.	Лекция	2	Традиционная	ОПК-6 ПК-5-7	31(ОПК-6-4); У1(ОПК-6-4); Н1(ОПК-6-4). 32(ОПК-6-4); У2(ОПК-6-4); Н2(ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7). 32 (ПК-5-7); У2 (ПК-5-7); Н2 (ПК-5-7).
<b>Области использования со-</b>	Практи-	2	С использованием	ОПК-	31(ОПК-6-4);

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоемкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
<b>циальных сетей для конкретных целей и задач.</b> Обсуждение со студентами конкретных примеров использования социальных сетей в различных областях. Обсуждение личного опыта, когда студенты испытывали воздействие через социальные сети.	ческое занятие		активных методов обучения	6 ПК-5-7	У1(ОПК-6-4); Н1(ОПК-6-4). 32(ОПК-6-4); У2(ОПК-6-4); Н2(ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7). 32 (ПК-5-7); У2 (ПК-5-7); Н2 (ПК-5-7).
<b>История национальных и транснациональных социальных сетей.</b> 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.	Практическое занятие	2	Традиционная	ОПК-6 ПК-5-7	31(ОПК-6-4); У1(ОПК-6-4); Н1(ОПК-6-4). 32(ОПК-6-4); У2(ОПК-6-4); Н2(ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7). 32 (ПК-5-7); У2 (ПК-5-7); Н2 (ПК-5-7).
	Самостоятельная работа обучающихся. Подготовка к практическим занятиям.	30	Изучение теоретических разделов дисциплины; повторение лекционного материала; чтение основной и дополнительной литературы, конспектирование, выполнение заданий.	ОПК-6 ПК-5-7	31(ОПК-6-4); У1(ОПК-6-4); Н1(ОПК-6-4). 32(ОПК-6-4); У2(ОПК-6-4); Н2(ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7). 32 (ПК-5-7); У2 (ПК-5-7); Н2 (ПК-5-7).
<b>ИТОГО по разделу 1</b>	Лекции	2	-	-	-
	Практические занятия	4	-	-	-
	Самостоятельная работа	30	-	-	-

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоемкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
	обучающихся				
<b>Раздел 2. Маркетинг в социальных сетях.</b>					
<b>Маркетинг в социальных медиа: основные понятия.</b> 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.	Лекция	2	С использованием активных методов обучения	ОПК-6 ПК-5-7	31(ОПК-6-4); У1(ОПК-6-4); Н1(ОПК-6-4). 32(ОПК-6-4); У2(ОПК-6-4); Н2(ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7). 32 (ПК-5-7); У2 (ПК-5-7); Н2 (ПК-5-7).
<b>Особенности аудиторий социальных сетей.</b> 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.	Практическое занятие	2	Традиционная	ОПК-6 ПК-5-7	31(ОПК-6-4); У1(ОПК-6-4); Н1(ОПК-6-4). 32(ОПК-6-4); У2(ОПК-6-4); Н2(ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7). 32 (ПК-5-7); У2 (ПК-5-7); Н2 (ПК-5-7).
	Самостоятельная работа обучающихся. Подготовка к практическим занятиям.	20	Изучение теоретических разделов дисциплины; повторение лекционного материала; чтение основной и дополнительной литературы, конспектирование. Выполнение заданий.	ОПК-6 ПК-5-7	31(ОПК-6-4); У1(ОПК-6-4); Н1(ОПК-6-4). 32(ОПК-6-4); У2(ОПК-6-4); Н2(ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7). 32 (ПК-5-7); У2 (ПК-5-7); Н2 (ПК-5-7).
<b>ИТОГО по разделу 2</b>	Лекции	2	-	-	-
	Практические	2	-	-	-



Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоемкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
	занятия				
Самостоятельная работа обучающихся		20	-	-	-

### Раздел 3. Продвижение СМИ в социальных сетях, влияние социальных сетей на аудиторию.

<b>Способы продвижения СМИ в социальных сетях.</b> Выбор стратегии и площадок присутствия. Благоприобретения СМИ, цели и задачи. Отличия продвижения СМИ от продвижения продуктов.	Лекция	2	Традиционная	ОПК-6 ПК-5-7	31(ОПК-6-4); У1(ОПК-6-4); Н1(ОПК-6-4). 32(ОПК-6-4); У2(ОПК-6-4); Н2(ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7). 32 (ПК-5-7); У2 (ПК-5-7); Н2 (ПК-5-7).
<b>Влияние социальных сетей на аудиторию, контент, технологии СМИ.</b> Влияние социальных сетей на работу журналиста и редакции. SMM как новая профессия. Типы контента СМИ 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.	Практическое занятие	2	Традиционная	ОПК-6 ПК-5-7	31(ОПК-6-4); У1(ОПК-6-4); Н1(ОПК-6-4). 32(ОПК-6-4); У2(ОПК-6-4); Н2(ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7). 32 (ПК-5-7); У2 (ПК-5-7); Н2 (ПК-5-7).
<b>Использование социальных сетей как источников информации для СМИ. Работа с негативом.</b> 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 опре-	Практическое занятие	2	Традиционная	ОПК-6 ПК-5-7	31(ОПК-6-4); У1(ОПК-6-4); Н1(ОПК-6-4). 32(ОПК-6-4); У2(ОПК-6-4); Н2(ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7). 32 (ПК-5-7); У2 (ПК-5-7); Н2 (ПК-5-7).

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоемкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
деления источников негатива. Методики нейтрализации негатива. Работа с лидерами мнений и бренд-амбассадорами.					
	Самостоятельная работа обучающихся. Подготовка к практическим занятиям.	30	Изучение теоретических разделов дисциплины; повторение лекционного материала; чтение основной и дополнительной литературы, конспектирование, выполнение заданий.	ОПК-6 ПК-5-7	31(ОПК-6-4); У1(ОПК-6-4); Н1(ОПК-6-4). 32(ОПК-6-4); У2(ОПК-6-4); Н2(ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7). 32 (ПК-5-7); У2 (ПК-5-7); Н2 (ПК-5-7).
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка и выполнение контрольной работы)	12	Повторение лекционного материала и теоретических вопросов к практическим занятиям. Выполнение заданий контрольной работы. Оформление контрольной работы.	ОПК-6 ПК-5-7	31(ОПК-6-4); У1(ОПК-6-4); Н1(ОПК-6-4). 32(ОПК-6-4); У2(ОПК-6-4); Н2(ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7). 32 (ПК-5-7); У2 (ПК-5-7); Н2 (ПК-5-7).
<b>ИТОГО по разделу 3</b>	Лекции	2	-	-	-
	Практические занятия	4	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	42	-	-	-
<b>Промежуточная аттестация по дисциплине</b>		-	Зачет	ОПК-6 ПК-5-7	31(ОПК-6-4); У1(ОПК-6-4); Н1(ОПК-6-4). 32(ОПК-6-4); У2(ОПК-6-4); Н2(ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7). 32 (ПК-5-7); У2 (ПК-5-7); Н2 (ПК-5-7).
<b>ИТОГО по дисциплине</b>	Лекции	6	-	-	-
	Практические занятия	10	-	-	-

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоемкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
	Самостоятельная работа обучающихся	92	-	-	-
<b>ИТОГО:</b> общая трудоемкость дисциплины 108 часов в том числе с использованием активных методов обучения 4 часа					

## 6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся, осваивающих дисциплину «Социальные сети как средство коммуникации», состоит из следующих компонентов: подготовка к практическим занятиям; изучение теоретических разделов дисциплины; подготовка и выполнение контрольной работы.

Для успешного выполнения всех разделов самостоятельной работы учащимся рекомендуется использовать следующее учебно-методическое обеспечение:

1. Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ [Электронный ресурс]: пособие / Наталия Ермолова. — М.: Альпина Паблишер. 2013. — 357 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

2. Калмыков, А. А. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 383 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

3. Чумиков, А. PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 [Электронный ресурс]: пособие / Александр Чумиков, Михаил Бочаров, Мария Тишкова. - М.: Альпина Паблишерз, 2014. - 132 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

Рекомендуемый график выполнения самостоятельной работы представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Рекомендуемый график выполнения самостоятельной работы студентов

Вид самостоятельной работы	Часов в неделю																	Итого по видам работ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
Подготовка к практическим занятиям	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	55
Изучение теоретических разделов дисциплины	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	25
Подготовка и выполнение контрольной работы												2	2	2	2	2	2	12
<b>ИТОГО в 8 семестре</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>92</b>

## 7 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Таблица 5 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
<p>Раздел 1. Социальные сети в контексте информационного общества.</p> <p>Раздел 2. Маркетинг в социальных сетях.</p> <p>Раздел 3. Продвижение СМИ в социальных сетях, влияние социальных сетей на аудиторию.</p>	<p>31(ОПК-6-4); У1(ОПК-6-4); Н1(ОПК-6-4). 32(ОПК-6-4); У2(ОПК-6-4); Н2(ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7). 32 (ПК-5-7); У2 (ПК-5-7); Н2 (ПК-5-7).</p>	<p>Задания к практическим занятиям. Конспект.</p>	<p>Знает ключевые понятия, цели и задачи использования социальных сетей в области коммуникации, теории и практики массовой информации. Умеет анализировать конкурентную среду в социальных сетях, разрабатывать стратегию присутствия продукта (компании) в социальных сетях, устанавливать ключевые показатели эффективности работы в социальных сетях и разрабатывать схему их отслеживания. Умеет самостоятельно управлять каналами в социальных сетях, работать с негативом, использовать реакции аудитории в социальных сетях для улучшений продукта и процессов в деятельности компании. Владеет навыками прогнозирования последствий действий СМИ в социальных сетях, разработки собственных методологий, технологии поисковых запросов, поиска (площадки для анализа) информации имеющей значение при анализе. 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.</p>
<p>Раздел 1. Социальные сети в контексте информационного общества.</p>	<p>31(ОПК-6-4); У1(ОПК-6-4); Н1(ОПК-6-4). 32(ОПК-6-4); У2(ОПК-6-4);</p>	<p>Контрольная работа.</p>	<p>Знает ключевые понятия, цели и задачи использования социальных сетей в области коммуникации, теории и практики массовой информации. Умеет анализировать конкурентную среду в социальных сетях, разрабатывать стратегию</p>

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
<p>Раздел 2. Маркетинг в социальных сетях.</p> <p>Раздел 3. Продвижение СМИ в социальных сетях, влияние социальных сетей на аудиторию.</p>	<p>H2(ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7). 32 (ПК-5-7); У2 (ПК-5-7); Н2 (ПК-5-7).</p>		<p>присутствия продукта (компании) в социальных сетях, устанавливать ключевые показатели эффективности работы в социальных сетях и разрабатывать схему их отслеживания. Умеет самостоятельно управлять каналами в социальных сетях, работать с негативом, использовать реакции аудитории в социальных сетях для улучшений продукта и процессов в деятельности компании. Владеет навыками прогнозирования последствий действий СМИ в социальных сетях, разработки собственных методологий, технологии поисковых запросов, поиска (площадки для анализа) информации имеющей значение при анализе. 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.</p>

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 6).

Наименование оценочного средства	Сроки оценивания	Шкала оценивания	Критерии оценивания
<b>Семестр 8. Промежуточная аттестация в форме зачета</b>			
Задание к практическому занятию 1	2 неделя	10 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 10 баллов; задание выпол-

<b>Наименование оценочного средства</b>	<b>Сроки оценивания</b>	<b>Шкала оценивания</b>	<b>Критерии оценивания</b>
			нено полностью, но допущены ошибки – 5 баллов; задание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 2	4 неделя	10 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 3	6 неделя	10 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 10 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 5 баллов; задание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 4	8 неделя	10 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 10 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 5 баллов; задание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 5	10 неделя	10 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 10 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 5 баллов; задание не выполнено – 0 баллов
Контрольная работа	16 неделя	30 баллов	Контрольная работа выполнена полностью и без ошибок – 30 баллов; контрольная работа выполнена полностью, но допущены ошибки – 20 баллов; контрольная работа не выполнена – 0 баллов
Конспект по теме лекций	17 неделя	20 баллов	При 90 % конспектов тем
Итого	-	100 баллов	-
Критерии оценки результатов обучения по дисциплине: Пороговый (минимальный) уровень для аттестации в форме зачета – 75 % от максимально возможной суммы баллов.			

## **Типовые задания для текущего контроля**

### **Типовые задания 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.

### **Типовые задания к практическим занятиям**

#### **Практическое занятие 1. 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.

#### **Практическое занятие 2. История национальных и транснациональных социальных сетей.**

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.

### **Практическое занятие 3. Особенности аудиторий социальных сетей.**

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.

### **Практическое занятие 4. Влияние социальных сетей на аудиторию, контент, технологии СМИ.**

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.

### **Практическое занятие 5. Использование социальных сетей как источников информации для СМИ. Работа с негативом.**

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.
4. Естественный негатив. Направленный негатив.
5. Методики определения источников негатива. Методики нейтрализации негатива.
6. Работа с лидерами мнений и бренд-амбассадорами.

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### **8.1 Основная литература**

1. Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ [Электронный ресурс] : пособие / Наталия Ермолова. — М.: Альпина Паблишер. 2013. — 357 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.
2. Калмыков, А. А. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 383 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.
3. Чумиков, А. PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 [Электронный ресурс] : пособие / Александр Чумиков, Михаил Бочаров, Мария Тишкова. - М.: Альпина Паблишерз, 2014. - 132 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

### **8.2 Дополнительная литература**

1. Гуриков, С. Р. Интернет-технологии [Электронный ресурс] : учебное пособие/ С. Р. Гуриков - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 184 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.
2. Пономарева, А. М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.М. Пономарева - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 247 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

## **9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. <http://www.znanium.com>
2. <http://dic.academic.ru>
3. <http://slovari.yandex.ru>
4. <http://www.encyclopedia>
5. <http://gramota.ru/> - справочно-информационный портал «Русский язык»
6. <http://glossary.ru/> - служба тематических толковых словарей
7. <http://megabook.ru/> - энциклопедия портала «Кирилл и Мефодий»

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Обучение дисциплине предполагает изучение курса на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций и практических занятий. Самостоятельная работа включает: подготовку к практическим занятиям; изучение теоретических разделов дисциплины, подготовку и выполнение контрольной работы.

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Освоение дисциплины «Социальные сети как средство коммуникации» основывается на активном использовании Microsoft® Windows Professional 7 Russian, Microsoft® Office Professional Plus 2010 Russian, Microsoft® Windows Professional 8 Russian в процессе изучения теоретических разделов дисциплины и подготовки к практическим занятиям. С целью повышения качества ведения образовательной деятельности в университете создана электронная информационно-образовательная среда. Она подразумевает организацию взаимодействия между обучающимися и преподавателями через систему личных кабинетов студентов, расположенных на официальном сайте университета в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу <https://student.knastu.ru>.

Созданная информационно-образовательная среда позволяет осуществлять взаимодействие между участниками образовательного процесса посредством организации дистанционного консультирования по вопросам выполнения практических/самостоятельных заданий, подготовки и выполнения контрольной работы.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Для реализации программы дисциплины «Социальные сети как средство коммуникации» используется материально-техническое обеспечение, перечисленное в таблице 7.

Таблица 7 – Материально-техническое обеспечение дисциплины

<b>Аудитория</b>	<b>Наименование аудитории (лаборатории)</b>	<b>Используемое оборудование</b>	<b>Назначение оборудования</b>
Аудитории для занятий лекций	Мультимедийный класс	1 персональный ЭВМ с процессо-	Проведение лекционных и

<b>Аудитория</b>	<b>Наименование аудитории (лаборатории)</b>	<b>Используемое оборудование</b>	<b>Назначение оборудования</b>
онного и семинарского типа с выходом в интернет + локальное соединение		ром Core(TM) i3-3240 CPU @ 3.4 GHz; 1 экран с проектором EPSON EB-825V	практических занятий в виде презентаций

