

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра телевизионных, радио- и интернет-технологий

ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ С СОЦИАЛЬНЫМИ МЕДИА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки 42.03.02 - Журналистика

Направленность (профиль) - Телевизионная журналистика

Уровень квалификации выпускника – бакалавр

Форма обучения - очная, заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2019

Технологии работы с социальными медиа

Рабочая программа дисциплины

Составитель: Кандидат филологических наук Корнев М.С.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры ТРИТ

№ 10/1 от 27.08.2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

1 Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины

1.2 Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине

1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы

2 Структура дисциплины

3 Содержание дисциплины

4 Образовательные технологии

5 Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

5.2 Критерии выставления оценок

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

8 Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

9 Методические материалы

9.1 Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3 Иные материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Дисциплина «Технологии работы с социальными медиа» является факультативной дисциплиной учебного плана по направлению подготовки 42.03.02 – Журналистика, направленность (профиль) «Телевизионная журналистика». Дисциплина реализуется на факультете журналистики кафедрой телевизионных, радио- и интернет-технологий.

Цель: дать студентам представление о ключевых процессах в теории и практике соцмедиа, представить технологии маркетинга в социальных сетях (SMM-технологии), а также рассмотреть роль журналистики в этих процессах.

Задачи:

- определить основные понятия, тенденции развития и взаимосвязи маркетинга в социальных медиа и журналистики,
- дать представление о ключевых технологиях и инструментах маркетинга в социальных медиа,
- обозначить тенденции развития SMM-технологий и журналистики в условиях медиаконвергенции.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

| Компетенция (код и наименование) | Индикаторы компетенций (код и наименование) | Результаты обучения |
|--|--|---|
| УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | УК-1.1. Применяет знание основных теоретико-методологических положений философии, концептуальных подходов к пониманию природы информации как научной и философской категории, методологических основ системного подхода; | <i>Знать:</i> специфику процессов, происходящих в медиасфере, актуальные тенденции развития SMM-технологий; основные принципы работы с социологическими данными и метриками <i>Уметь:</i> применять знания в профессиональной деятельности, уметь анализировать актуальное состояние участника сферы социальных медиа; соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп <i>Владеть:</i> навыками практической работы в социальных медиа; навыками работы с социологическими данными, метриками и профессиональными сервисами и инструментами |
| | УК-1.2. Формирует и аргументировано | <i>Знать:</i> ключевые принципы и приемы системного подхода и критического |

| | | |
|--|---|--|
| | отстаивает собственную позицию по различным философским проблемам, обосновывает и адекватно оценивает современные явления и процессы в общественной жизни на основе системного подхода. | мышления; принципы влияния запросов и поведения целевых аудиторий на журналистские продукты <i>Уметь:</i> выполнять на высоком профессиональном уровне различные виды маркетинговой работы с учетом специфики социальных медиа; анализировать основные характеристики целевой аудитории <i>Владеть:</i> навыками работы с учетом меняющейся системы отношений в современных медиа |
| УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | УК-2.1. Анализирует имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивает и выбирает оптимальные способы решения поставленных задач | <i>Знать:</i> действующие правовые нормы для оценки имеющихся ресурсов и ограничений; важнейшие нормы, институты и отрасли действующего российского права <i>Уметь:</i> определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения; моделировать и оценивать типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности <i>Владеть:</i> навыками выбора оптимальных решений; навыками анализа запросов и поведения целевых аудиторий; навыками предварительной оценки и анализа последствий профессиональной деятельности |
| | УК-2.2. Способность использования знаний о важнейших нормах, институтах и отраслях действующего российского права для определения круга задач и оптимальных способов их решения. | <i>Знать:</i> общие этические и профессиональные принципы и установки; общепринятые стандарты и правила профессии журналиста <i>Уметь:</i> определять круг задач и оптимальные способы их решения; осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации <i>Владеть:</i> навыками выбора оптимальных решений; навыками корректного и этичного использования собственных знаний и навыков |
| ПК-4.Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, | ПК-4.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами | Знать: специфику процессов, происходящих в медиасфере, актуальные тенденции развития SMM-технологий; действующие правовые нормы для оценки имеющихся ресурсов и ограничений; Уметь: применять знания в профессиональной деятельности, уметь анализировать актуальное состояние |

| | | |
|---|--|--|
| технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа | | <p>участника сферы социальных медиа; определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения; определять круг задач и оптимальные способы их решения;</p> <p>Владеть: навыками практической работы в социальных медиа; навыками выбора оптимальных решений; навыками выбора оптимальных решений; навыками работы с социологическими данными, метриками и профессиональными сервисами и инструментами</p> |
| | ПК-4.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте | <p>Знать: ключевые принципы и приемы системного подхода и критического мышления; принципы влияния запросов и поведения целевых аудиторий на журналистские продукты;</p> <p>Уметь: выполнять на высоком профессиональном уровне различные виды маркетинговой работы с учетом специфики социальных медиа;</p> <p>Владеть: навыками работы с учетом меняющейся системы отношений в современных медиа; навыками анализа запросов и поведения целевых аудиторий;</p> |
| | ПК-4.3. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта | <p>Знать: общие этические и профессиональные принципы и установки; общепринятые стандарты и правила профессии журналиста.</p> <p>Уметь: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; анализировать основные характеристики целевой аудитории;</p> <p>Владеть: навыками предварительной оценки и анализа последствий профессиональной деятельности; навыками корректного и этичного использования собственных знаний и навыков</p> |

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии работы с социальными медиа» является факультативной дисциплиной учебного плана по направлению 42.03.02 Журналистика, направленность (профиль) «Телевизионная журналистика».

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин: «Введение в профессию», «Основы теории

журналистики», «Деятельность журналиста на современном телевизионном канале», «Аналитический проект по технологии телевизионного производства», «Информационные технологии в медиасистеме».

В результате освоения дисциплины формируются компетенции, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Интегрированные медиакоммуникации на телевидении», «Актуальные проблемы современности на телевидении», «Технологии бренд-журналистики в телевизионном производстве», «Профессионально-ознакомительная практика», «Профессионально-творческая практика», «Преддипломная практика».

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з. е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 44 ч.

| № п/п | Раздел дисциплины/темы | Семестр | Виды учебной работы (в часах) | | | | | | Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации |
|----------|--|---------|----------------------------------|---------|----------------------|----------------------|-----------------------------|------------------------|---|
| | | | контактная | | | | | Самостоятельная работа | |
| | | | Лекции | Семинар | Практические занятия | Лабораторные занятия | Промежуточная аттестация | | |
| 1 | SMM: понятия и сущность соцмедиа маркетинга | 2 | 2 | | 4 | | | 10 | |
| 2 | Специфика маркетинга в социальных медиа и журналистика | 2 | 2 | | 4 | | | 12 | эссе |
| 3 | Модели и инструменты SMM | 2 | 2 | | 4 | | | 10 | |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|----|--|----|--|--|----|--------------|
| 4 | Основные тенденции развития маркетинга в соцмедиа | 2 | 4 | | 6 | | | 12 | тестирование |
| 5 | Промежуточная аттестация: <i>зачет</i> | 2 | | | | | | | По билетам |
| | итого: | | 10 | | 18 | | | 44 | 72 |

Структура дисциплины для заочной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з. е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 8 ч., самостоятельная работа обучающихся 64 ч.

| № п/п | Раздел дисциплины/темы | курс | Виды учебной работы (в часах) | | | | | | Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации |
|----------|--|------|----------------------------------|---------|----------------------|----------------------|-----------------------------|------------------------|---|
| | | | контактная | | | | | Самостоятельная работа | |
| | | | Лекции | Семинар | Практические занятия | Лабораторные занятия | Промежуточная аттестация | | |
| 1 | SMM: понятие и сущность соцмедиа маркетинга | 2 | 1 | 1 | | | | 16 | |
| 2 | Специфика маркетинга в социальных медиа и журналистика | 2 | 1 | 1 | | | | 16 | Эссе |
| 3 | Модели и инструменты SMM | 2 | 1 | 1 | | | | 16 | |
| 4 | Основные тенденции развития маркетинга в соцмедиа | 2 | 1 | 1 | | | | 16 | тестирование |
| 5 | Промежуточная аттестация: <i>зачет</i> | 2 | | | | | | | По билетам |
| | итого: | | 4 | 4 | | | | 64 | 72 |

3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

| № | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела дисциплины |
|---|--|---|
| 1 | SMM: понятие и сущность соцмедиа маркетинга | Понятия: SMM, социальные медиа, маркетинг, конвергенция в медиа. Сущность маркетинга в социальных медиа |
| 2 | Специфика маркетинга в социальных медиа и журналистика | Ключевые особенности маркетинга в соцмедиа. Взаимоотношения SMM и журналистики. Аудитория соцсетей: социология и метрики |
| 3 | Модели и инструменты SMM | Организационная структура и содержание работы SMM-специалиста. Модели организации процессов и кампаний в SMM Общие и специфические инструменты продвижения в популярных соцсетях (Фейсбук, ВКонтакте, Твиттер, Инстаграм) |
| 4 | Основные тенденции развития маркетинга в соцмедиа | Основные тенденции развития и актуальные решения в сфере социальных медиа и интерактивных коммуникаций. |

4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

| <i>№ п/ п</i> | <i>Наименование раздела</i> | <i>Виды учебной работы</i> | <i>Образовательные и информационные технологии</i> |
|-----------------------|---|--|--|
| <i>1</i> | <i>2</i> | <i>3</i> | <i>4</i> |
| <i>1</i> | SMM: понятие и сущность соцмедиа маркетинга | Лекция 1 Практические занятия 1-2 Самостоятельная работа | Лекция Консультирование |

| | | | |
|----|--|--|---|
| 2. | Специфика маркетинга в социальных медиа и журналистика | Лекция 2 Практические занятия 3-4 Самостоятельная работа | Лекция Развернутая беседа Консультирование |
| 3. | Модели и инструменты SMM | Лекция 3 Практические занятия 5-6 Самостоятельная работа | Лекция Развернутая беседа Консультирование |
| 4. | Основные тенденции развития маркетинга в соцмедиа | Лекция 4-5 Практические занятия 7-9 Самостоятельная работа | Лекция-визуализация с применением презентации Развернутая беседа Консультирование |

5. ОЦЕНКА ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

5.1. Система оценивания

| Форма контроля | Макс. количество баллов | |
|---------------------------------|-------------------------|-------------------|
| | За одну работу | Всего |
| Текущий контроль: | | |
| - эссе | 30 баллов | 30 баллов |
| - тестирование | 30 баллов | 30 баллов |
| Промежуточная аттестация: зачет | | 40 баллов |
| Итого за семестр | | 100 баллов |

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

| 100-балльная шкала | Традиционная шкала | | Шкала ECTS |
|--------------------|--------------------|---------|------------|
| 95 – 100 | отлично | зачтено | A |
| 83 – 94 | | | B |
| 68 – 82 | хорошо | | C |

| | | | |
|---------|---------------------|------------|----|
| 56 – 67 | удовлетворительно | | D |
| 50 – 55 | | | E |
| 20 – 49 | неудовлетворительно | не зачтено | FX |
| 0 – 19 | | | F |

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

| Баллы/ Шкала ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине |
|-------------------------|--|---|
| 100-83/ А, В | «отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено» | <p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p> |

| Баллы/ Шкала ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине |
|-------------------------|--|---|
| 82-68/ C | «хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено» | <p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p> |
| 67-50/ D, E | «удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено» | <p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p> |

| Баллы/ Шкала ECTS | Оценка по дисциплине | Критерии оценки результатов обучения по дисциплине |
|----------------------------------|--------------------------------------|---|
| 49-0/ F,FX | «неудовлетворительно»/ не зачтено | <p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p> |

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Текущий контроль:

Эссе УК-2.1; УК-2.2; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3

Эссе представляет собой авторский, но структурированный взгляд на один из поставленных вопросов или предложенный анализ проблемы.

Темы эссе:

1. Роль SMM в профессиональной деятельности журналиста
2. Коммуникативная стратегия SMM (выбор соц.медиа по выбору учащегося)
3. Контентная стратегия SMM (выбор соц.медиа по выбору учащегося)

Критерии оценки эссе:

21-30 баллов – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы

11-20 баллов - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос

5-10 баллов - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

0-4 баллов - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.

Тестирование УК-2.1; УК-2.2; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3

Вариант теста:

1. Как называется обновленный редактор объявлений в рекламном кабинете Facebook:

- а) Ads Manager +
- б) Power Editor
- в) Business Manager

2. Что означает показатель «Клики по ссылке» в рекламных объявлениях Facebook:

- а) клики по изображению или по кнопке с призывом к действию в рекламе с целью «Трафик»
- б) количество переходов по ссылкам на ресурсы Facebook или за пределы Facebook +
- в) клики по ссылке

3. Какая дополнительная рекламная цель кампании важна, если Вы хотите чтобы о Вашей компании узнало, как можно больше людей:

- а) конверсии
- б) лидогенерация
- в) вовлеченность +

4. Какая дополнительная рекламная цель кампании важна, если Вы хотите чтобы о Вашей компании узнало, как можно больше людей:

- а) охват +
- б) сообщения
- в) лидогенерация

5. Сколько, по мнению Facebook, должно быть текста на рекламном изображении по отношению к площади самого изображения:

- а) менее 40%

- б) менее 70%
- в) менее 20% +

6. Выберите поддерживаемый формат рекламы в Messenger:

- а) Холст
- б) фото +
- в) Stories

7. Выберите поддерживаемый формат рекламы в Messenger:

- а) Stories
- б) Холст
- в) кольцевая галерея +

8. Как вычисляется среднее время просмотра видео в рекламе на Facebook:

- а) рассчитывается путем деления общего времени просмотра рекламного видео на Facebook на общее количество его просмотров, включая повторные воспроизведения +
- б) рассчитывается путем деления общего времени просмотра рекламного видео на Facebook на общее количество его просмотров, включая повторные воспроизведения и умноженное на 100

в) рассчитывается путем деления общего времени просмотра рекламного видео на Facebook и Instagram на общее количество его просмотров, включая повторные воспроизведения

9. Существует такое условные деление по времени просмотра видео, как:

- а) просмотры видео в точке 15%
- б) просмотры видео в точке 35%
- в) просмотры видео в точке 25% +

10. Существует такое условные деление по времени просмотра видео, как:

- а) просмотры видео в точке 65%
- б) просмотры видео в точке 50%
- в) просмотры видео в точке 45%

11. Существует такое условные деление по времени просмотра видео, как:

- а) просмотры видео в точке 75% +
- б) просмотры видео в точке 80%
- в) просмотры видео в точке 40%

12. Существует такое условные деление по времени просмотра видео, как:

- а) просмотры видео в точке 55%

б) просмотры видео в точке 100% +

в) просмотры видео в точке 35%

13. На каком уровне аккаунта можно задавать цели рекламы на Facebook:

а) только на уровне рекламной кампании в рамках одного аккаунта +

б) только на уровне рекламной кампании

в) на уровне рекламной кампании и в группах объявлений в рамках одного рекламного аккаунта

14. Blueprint Live это:

а) образовательная онлайн-система для изучения основных рекомендаций для рекламы на Facebook и в Instagram

б) онлайн консультация службы поддержки по рекламе на Facebook и Instagram

в) программа очного изучения принципов рекламы на Facebook и в Instagram для дальнейшего применения в маркетинговых планах +

15. Что такое детальный таргетинг:

а) вариант таргетинга, доступный в разделе «Аудитория» инструмента создания группы объявлений. Он позволяет уточнить группу людей, которым будет демонстрироваться реклама. Можно использовать дополнительные демографические данные, сведения об интересах и моделях поведения людей +

б) таргетинг по интересам пользователей и их предпочтениям в разделе «Уточненный таргетинг», который позволяет максимально гибко настроить аудиторию по демографическим данным

в) вариант таргетинга, доступный в разделе «Таргетинг». Он позволяет уточнить группу людей, которым будет демонстрироваться реклама. Можно использовать дополнительные демографические данные, сведения об интересах и моделях поведения людей

16. Параметры детального таргетинга могут зависеть от:

а) чем люди не делятся в Хронике

б) чем люди делятся в Хронике +

в) аудитории

17. Параметры детального таргетинга могут зависеть от:

а) аудитории

б) какую рекламу люди не нажимают

в) какую рекламу люди нажимают +

18. Что такое «Порог биллинга» в менеджере рекламы Facebook:

а) функция, которая помогает рекламодателям меньше тратить на рекламу с пониженным коэффициентом эффективности по целям рекламной кампании

- б) функция, которая позволяет решить, когда Facebook выставит вам счет за рекламу в зависимости от потраченной суммы +
- в) функция, которая помогает рекламодателям меньше тратить на рекламу с повышенным коэффициентом эффективности по целям рекламной кампании

19. Комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний или бренда и решения других бизнес-задач:

- а) маркетинг в асоциальных сетях
- б) менеджмент в социальных сетях
- в) маркетинг в социальных сетях +

20. Существуют ... ключевые стратегии в рамках SMM:

- а) 4
- б) 3 +
- в) 2

21. Одна из стратегий в рамках SMM:

- а) работа по построению сообщества вокруг продвигаемого бренда +
- б) работа по построению сообщества вне продвигаемого бренда
- в) работа по построению сообщества вокруг человека

22. Одна из стратегий в рамках SMM:

- а) основная стратегия
- б) использование рекламных инструментов и посевы на площадках с целью прямой продажи продукции и повышения узнаваемости +
- в) отделение рекламных инструментов и посевы на площадках с целью прямой продажи продукции и повышения узнаваемости

23. Одна из стратегий в рамках SMM:

- а) работа по построению сообщества вне продвигаемого бренда
- б) единоличная стратегия
- в) комбинированная стратегия +

24. В 2014 году более ...% руководителей предприятий указали, что социальные сети являются неотъемлемой частью их бизнеса:

- а) 70
- б) 80 +
- в) 40

25. Существует ... основные стратегии привлечения социальных сетей в качестве инструментов маркетинга:

- а) 4

б) 3

в) 2 +

26. Одна из основных стратегий привлечения социальных сетей в качестве инструментов маркетинга:

а) мягкий подход

б) пассивный подход +

в) наглый подход

27. Одна из основных стратегий привлечения социальных сетей в качестве инструментов маркетинга:

а) активный подход +

б) аккуратный подход

в) целенаправленный подход

28. Направляет обсуждение в нужное русло, нейтрализует негативное отношение пользователей, повышает активность пользователей в сообществах:

а) контент-менеджмент

б) pr-менеджмент

в) комьюнити-менеджмент +

29. Продвижение в социальных сетях позволяет точно воздействовать на такую аудиторию:

а) целевую +

б) пассивную

в) активную

30. Один из инструментов SMM:

а) целенаправленный подход

б) ведение блога в социальных сетях +

в) пассивный подход

Критерии оценки тестирования: каждый правильный ответ – 1 балла. Итого - 30 баллов максимум.

ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Вопросы к зачету УК-2.1; УК-2.2; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3

1. Современные коммуникационные технологии: теоретические и практические проблемы
2. Информационные технологии в развитии медиа
3. Журналистика и процессы глобализации
4. Понятие «новые медиа» в современной медиасистеме

5. Понятие «маркетинг в социальных медиа» в современной медиасистеме
6. Понятие «социальные медиа» в современной медиасистеме
7. Ключевые социальные сети для маркетинга в соцмедиа
8. Основные задачи менеджера-маркетолога в социальных сетях
9. Роли журналиста и SMM-специалиста в меняющейся Интернет-среде
10. Проблемы самоопределения SMM-специалиста в социальных медиа
11. Основные тенденции развития и трансформации маркетинга в соцмедиа
12. Взаимоотношения SMM и журналистики: точки совпадений и расхождения
13. Аудитория соцсетей: социология и метрики
14. Организационная структура и организация SMM-направления
15. Модели организации процессов и кампаний в SMM
16. Общие и специфические инструменты продвижения в популярных соцсетях
17. Общие принципы и специфические особенности соцсети Фейсбук
18. Общие принципы и специфические особенности соцсети ВКонтакте
19. Общие принципы и специфические особенности соцсети Инстаграмм
20. Основные тенденции развития и актуальные решения в сфере социальных медиа и интерактивных коммуникаций

Критерии оценки ответа:

35-40 баллов – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы

29-34 баллов - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос

20-28 баллов - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

0-20 баллов - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Список источников и литературы

Источники

1. Закон Российской Федерации от 27.12.1991 №2124-1 «О средствах массовой информации» (действующая редакция от 24.11.2014)

Литература

Основная

Гуриков Сергей Ростиславович Интернет-технологии: / Гуриков С.Р. - М.:Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 184 с.: 70x100 1/16. ISBN 978-5-00091-001-6- Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=488074>

Свитич, Л. Г. Актуальные проблемы современной науки и журналистика : учебник и практикум для вузов / Л. Г. Свитич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04949-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451642>

Молчанова, О. И. Социальное управление процессами конвергенции в современной медиасфере : монография / О. И. Молчанова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 241 с. — (Научная мысль). — ISBN 978-5-16-015086. - www.dx.doi.org/10.12737/monography_5cc060198a5712.81801460. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1016659>

Кеннеди, Д. Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум: Учебное пособие / Кеннеди Д. - М.:Альпина Паблишер, 2017. - 344 с.: ISBN 978-5-9614-6179-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1002298>

Российская журналистика сегодня: социальная миссия и профессиональное мастерство : монография / И.В. Фотиева, Т.А. Семилет, Е.В. Лукашевич, В.В. Витвинчук ; под ред. И.В. Фотиевой. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 256 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1044192. - ISBN 978-5-16-108033-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1044192>

Дополнительная

Баранова Екатерина Андреевна. Процесс конвергенции СМИ и журналистское образование [Электронный ресурс] = Convergence process in the media and journalism education : статья / Е.А.Баранова // Медиаком. Вып. 1. 2010 г. - 6 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=506071>

Шарков Феликс Изосимович **Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”)** / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 260 с.: ISBN 978-5-394-02257-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415250>

Касьянов, В. В. Социология Интернета : учебник для вузов / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 424 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04944-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453914>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины

1. Сайт COSSA.RU - www.cossa.ru
2. Сайт BESTAPP - <http://bestapp.menu/>
3. Сайт «Мы и Жо» - <http://themedia.center/>
4. Сайт RUSBASE - <http://rusbase.com/>
5. Сайт VC.RU - <https://vc.ru>
6. Сообщество и блог MediaToolBox - <https://www.facebook.com/mdtlbx>
<http://mediatoolbox.ru/blog/>
7. Дискуссионная платформа "Новые медиа в гуманитарном образовании" (группа в Facebook) - <https://www.facebook.com/groups/newmediaedu/>

Перечень БД и ИСС

| №п /п | Наименование |
|-------|--|
| 1 | Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Web of Science Scopus |
| 2 | Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis |
| 3 | Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru |
| 4 | Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант |

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение дисциплины базируется на ресурсах любого класса, укомплектованного мультимедийным проектором, компьютером и экраном, доской.

Операционная система Microsoft Windows 7, 10 Pro, Microsoft Office 2010, 2013, 2016, Kaspersky Endpoint Security, WinRAR : 4, Acrobat Professional 9

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
- компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

9.1. План практических занятий

Тема 1. SMM: понятие и сущность соцмедиа маркетинга (4 ч.)

Цель занятия: закрепление знаний об основных терминах и понятиях

Форма проведения – дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Понятия: SMM, социальные медиа, маркетинг, конвергенция в медиа
2. Сущность маркетинга в социальных медиа

Рекомендуемая литература:

Гуриков Сергей Ростиславович Интернет-технологии: / Гуриков С.Р. - М.:Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 184 с.: 70х100 1/16. ISBN 978-5-00091-001-6- Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=488074>

Свитич, Л. Г. Актуальные проблемы современной науки и журналистика : учебник и практикум для вузов / Л. Г. Свитич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04949-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451642>

Молчанова, О. И. Социальное управление процессами конвергенции в современной медиасфере : монография / О. И. Молчанова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 241 с. — (Научная мысль). — ISBN 978-5-16-015086. - www.dx.doi.org/10.12737/monography_5cc060198a5712.81801460. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1016659>

Кеннеди, Д. Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум: Учебное пособие / Кеннеди Д. - М.:Альпина Паблишер, 2017. - 344 с.: ISBN 978-5-9614-6179-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1002298>

Российская журналистика сегодня: социальная миссия и профессиональное мастерство : монография / И.В. Фотиева, Т.А. Семилет, Е.В. Лукашевич, В.В. Витвинчук ; под ред. И.В. Фотиевой. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 256 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1044192. - ISBN 978-5-16-108033-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1044192>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Сайт COSSA.RU - www.cossa.ru
2. Сайт BESTAPP - <http://bestapp.menu/>
3. Сайт «Мы и Жо» - <http://themedia.center/>

4. Сайт RUSBASE - <http://rusbase.com/>
5. Сайт VC.RU - <https://vc.ru>
6. Сообщество и блог MediaToolBox - <https://www.facebook.com/mdtlbx>
<http://mediatoolbox.ru/blog/>
7. Дискуссионная платформа "Новые медиа в гуманитарном образовании»
(группа в Facebook) - <https://www.facebook.com/groups/newmediaedu/>

Материально-техническое обеспечение занятия.

Материально-техническое обеспечение дисциплины базируется на ресурсах любого класса, укомплектованного мультимедийным проектором, компьютером и экраном, доской.

Операционная система Microsoft Windows XP, 7, 10 Pro, Microsoft Office 2003, 2013, 2016, Kaspersky Endpoint Security, WinRAR : 4, Acrobat Professional 9

Тема 2. Специфика маркетинга в социальных медиа и журналистика (4 ч.)

Цель занятия: закрепление знаний о маркетинге в соцмедиа и связи с журналистикой

Форма проведения – дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Ключевые особенности маркетинга в соцмедиа.
2. Взаимоотношения SMM и журналистики.
3. Аудитория соцсетей: социология и метрики

Рекомендуемая литература:

Гуриков Сергей Ростиславович Интернет-технологии: / Гуриков С.Р. - М.:Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 184 с.: 70x100 1/16. ISBN 978-5-00091-001-6- Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=488074>

Свитич, Л. Г. Актуальные проблемы современной науки и журналистика : учебник и практикум для вузов / Л. Г. Свитич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04949-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451642>

Молчанова, О. И. Социальное управление процессами конвергенции в современной медиасфере : монография / О. И. Молчанова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 241 с. — (Научная мысль). — ISBN 978-5-16-015086. - www.dx.doi.org/10.12737/monography_5cc060198a5712.81801460. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1016659>

Кеннеди, Д. Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум: Учебное пособие / Кеннеди Д. - М.:Альпина Паблишер, 2017. - 344 с.: ISBN 978-5-9614-6179-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1002298>

Российская журналистика сегодня: социальная миссия и профессиональное мастерство : монография / И.В. Фотиева, Т.А. Семилет, Е.В. Лукашевич, В.В. Витвинчук ; под ред. И.В. Фотиевой. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 256 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1044192. - ISBN 978-5-16-108033-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1044192>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Сайт COSSA.RU - www.cossa.ru
2. Сайт BESTAPP - <http://bestapp.menu/>
3. Сайт «Мы и Жо» - <http://themedia.center/>
4. Сайт RUSBASE - <http://rusbase.com/>
5. Сайт VC.RU - <https://vc.ru>
6. Сообщество и блог MediaToolBox - <https://www.facebook.com/mdtlbx>
<http://mediatoolbox.ru/blog/>
7. Дискуссионная платформа "Новые медиа в гуманитарном образовании» (группа в Facebook) - <https://www.facebook.com/groups/newmediaedu/>

Материально-техническое обеспечение занятия.

Материально-техническое обеспечение дисциплины базируется на ресурсах любого класса, укомплектованного мультимедийным проектором, компьютером и экраном, доской.

Операционная система Microsoft Windows XP, 7, 10 Pro, Microsoft Office 2003, 2013, 2016, Kaspersky Endpoint Security, WinRAR : 4, Acrobat Professional 9

Тема 3. Модели и инструменты SMM (4 ч.)

Цель занятия: Изучение и обсуждение ключевых параметров медиаконвергенции как ключевой характеристики новых медиа.

Форма проведения – дискуссия, доклады.

Вопросы для обсуждения:

1. Организационная структура и содержание работы SMM-специалиста.
2. Модели организации процессов и кампаний в SMM
3. Общие и специфические инструменты продвижения в популярных соцсетях (Фейсбук, ВКонтакте, Твиттер, Инстаграмм)

Рекомендуемая литература:

[Гуриков Сергей Ростиславович Интернет-технологии:](#) / Гуриков С.Р. - М.:Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 184 с.: 70x100 1/16. ISBN 978-5-00091-001-6- Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=488074>

Свитич, Л. Г. Актуальные проблемы современной науки и журналистика : учебник и практикум для вузов / Л. Г. Свитич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04949-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451642>

Молчанова, О. И. Социальное управление процессами конвергенции в современной медиасфере : монография / О. И. Молчанова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 241 с. — (Научная мысль). — ISBN 978-5-16-015086. — www.dx.doi.org/10.12737/monography_5cc060198a5712.81801460. — Текст : электронный. — URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1016659>

Кеннеди, Д. Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум: Учебное пособие / Кеннеди Д. - М.:Альпина Паблишер, 2017. - 344 с.: ISBN 978-5-9614-6179-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1002298>

Российская журналистика сегодня: социальная миссия и профессиональное мастерство : монография / И.В. Фотиева, Т.А. Семилет, Е.В. Лукашевич, В.В. Витвинчук ; под ред. И.В. Фотиевой. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 256 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1044192. — ISBN 978-5-16-108033-7. — Текст : электронный. — URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1044192>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Сайт COSSA.RU - www.cossa.ru
2. Сайт BESTAPP - <http://bestapp.menu/>
3. Сайт «Мы и Жо» - <http://themedia.center/>
4. Сайт RUSBASE - <http://rusbase.com/>
5. Сайт VC.RU - <https://vc.ru>
6. Сообщество и блог MediaToolBox - <https://www.facebook.com/mdtlbx>
<http://mediatoolbox.ru/blog/>
7. Дискуссионная платформа "Новые медиа в гуманитарном образовании» (группа в Facebook) - <https://www.facebook.com/groups/newmediaedu/>

Материально-техническое обеспечение занятия.

Материально-техническое обеспечение дисциплины базируется на ресурсах любого класса, укомплектованного мультимедийным проектором, компьютером и экраном, доской.

Операционная система Microsoft Windows XP,7, 10 Pro, Microsoft Office 2003, 2013, 2016, Kaspersky Endpoint Security, WinRAR : 4, Acrobat Professional 9

Тема 4. Основные тенденции развития маркетинга в соцмедиа (6 ч.)

Цель занятия: Изучение и обсуждение ключевых тенденций развития маркетинга в соцмедиа

Форма проведения – дискуссия

Вопросы для обсуждения:

4. Основные тенденции развития маркетинга в социальных медиа
5. Актуальные решения в сфере социальных медиа и интерактивных коммуникаций.

Рекомендуемая литература:

Гуриков Сергей Ростиславович Интернет-технологии: / Гуриков С.Р. - М.:Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 184 с.: 70х100 1/16. ISBN 978-5-00091-001-6- Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=488074>

Свитич, Л. Г. Актуальные проблемы современной науки и журналистика : учебник и практикум для вузов / Л. Г. Свитич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 205 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04949-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451642>

Молчанова, О. И. Социальное управление процессами конвергенции в современной медиасфере : монография / О. И. Молчанова. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 241 с. — (Научная мысль). — ISBN 978-5-16-015086. - www.dx.doi.org/10.12737/monography_5cc060198a5712.81801460. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1016659>

Кеннеди, Д. Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум: Учебное пособие / Кеннеди Д. - М.:Альпина Паблишер, 2017. - 344 с.: ISBN 978-5-9614-6179-4. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1002298>

Российская журналистика сегодня: социальная миссия и профессиональное мастерство : монография / И.В. Фотиева, Т.А. Семилет, Е.В. Лукашевич, В.В. Витвинчук ; под ред. И.В. Фотиевой. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 256 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1044192. - ISBN 978-5-16-108033-7. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1044192>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Сайт COSSA.RU - www.cossa.ru
2. Сайт BESTAPP - <http://bestapp.menu/>
3. Сайт «Мы и Жо» - <http://themedia.center/>
4. Сайт RUSBASE - <http://rusbase.com/>
5. Сайт VC.RU - <https://vc.ru>
6. Сообщество и блог MediaToolBox - <https://www.facebook.com/mdtlbx>
<http://mediatoolbox.ru/blog/>
7. Дискуссионная платформа "Новые медиа в гуманитарном образовании» (группа в Facebook) - <https://www.facebook.com/groups/newmediaedu/>

Материально-техническое обеспечение занятия.

Материально-техническое обеспечение дисциплины базируется на ресурсах любого класса, укомплектованного мультимедийным проектором, компьютером и экраном, доской.

Операционная система Microsoft Windows XP, 7, 10 Pro, Microsoft Office 2003, 2013, 2016, Kaspersky Endpoint Security, WinRAR : 4, Acrobat Professional 9

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Составление письменной работы осуществляется по следующему алгоритму:

1. Подобрать литературу по данной теме, познакомиться с её содержанием.
2. Пользуясь закладками отметить наиболее существенные места или сделать выписки.
3. Составить план сообщения.
4. Написать план доклада, в заключении которого обязательно выразить своё отношение к излагаемой теме и её содержанию.
5. Прочитать текст и отредактировать его.
6. Оформить в соответствии с требованиями к оформлению письменной работы.

Примерная структура письменной работы:

1. Титульный лист
2. Текст работы
3. Список использованной литературы

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Технологии работы с социальными медиа» является факультативной дисциплиной учебного плана по направлению подготовки 42.03.02 – Журналистика, направленность (профиль) «Телевизионная журналистика». Дисциплина реализуется на факультете журналистики кафедрой телевизионных, радио- и интернет-технологий.

Цель: дать студентам представление о ключевых процессах в теории и практике соцмедиа, представить технологии маркетинга в социальных сетях (SMM-технологии), а также рассмотреть роль журналистики в этих процессах.

Задачи:

- определить основные понятия, тенденции развития и взаимосвязи маркетинга в социальных медиа и журналистики,
- дать представление о ключевых технологиях и инструментах маркетинга в социальных медиа,
- обозначить тенденции развития SMM-технологий и журналистики в условиях медиаконвергенции.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

ПК-4- Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: специфику процессов, происходящих в медиасфере, актуальные тенденции развития SMM-технологий; ключевые принципы и приемы системного подхода и критического мышления; действующие правовые нормы для оценки имеющихся ресурсов и ограничений; важнейшие нормы, институты и отрасли действующего российского права; основные принципы работы с социологическими данными и метриками; принципы влияния запросов и поведения целевых аудиторий на журналистские продукты; общие этические и профессиональные принципы и установки; общепринятые стандарты и правила профессии журналиста

Уметь: применять знания в профессиональной деятельности, уметь анализировать актуальное состояние участника сферы социальных медиа; выполнять на высоком профессиональном уровне различные виды маркетинговой работы с учетом специфики социальных медиа; определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения; определять круг задач и оптимальные способы их решения; соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; анализировать основные характеристики целевой аудитории моделировать и оценивать типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации.

Владеть: навыками практической работы в социальных медиа; навыками работы с учетом меняющейся системы отношений в современных медиа; навыками выбора оптимальных решений; навыками выбора оптимальных решений; навыками работы с социологическими данными, метриками и профессиональными сервисами и инструментами; навыками анализа запросов и поведения целевых аудиторий; навыками предварительной оценки и анализа последствий профессиональной деятельности; навыками корректного и этичного использования собственных знаний и навыков.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме **зачета**.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

| № | Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения | Дата | № протокола |
|---|---|------------|-------------|
| 1 | Приложение №1 | 31.08.2020 | 10 |

Приложение к листу изменений №1

1. Образовательные технологии (к п.4 на 2020 г.)

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

2. Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)

| №п/п | Наименование |
|------|--|
| 1 | Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. |

| | |
|---|--|
| | Web of Science Scopus |
| 2 | Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis |
| 3 | Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru |
| 4 | Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант |

3. Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)

| №п /п | Наименование ПО | Производитель | Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое) |
|----------|-----------------------------|---------------|---|
| 1 | Adobe Master Collection CS4 | Adobe | лицензионное |
| 2 | Microsoft Office 2010 | Microsoft | лицензионное |
| 3 | Windows 7 Pro | Microsoft | лицензионное |

| | | | |
|----|-----------------------------|-----------|--------------|
| 4 | Microsoft Share Point 2010 | Microsoft | лицензионное |
| 5 | Microsoft Office 2013 | Microsoft | лицензионное |
| 6 | Windows 10 Pro | Microsoft | лицензионное |
| 7 | Kaspersky Endpoint Security | Kaspersky | лицензионное |
| 8 | Microsoft Office 2016 | Microsoft | лицензионное |
| 9 | Visual Studio 2019 | Microsoft | лицензионное |
| 10 | Adobe Creative Cloud | Adobe | лицензионное |
| 11 | Zoom | Zoom | лицензионное |

