

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



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

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра телевизионных, радио- и интернет-технологий

СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА И МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Специальность: 44.05.01 Педагогика и психология девиантного поведения

Специализация: Психолого-педагогическая профилактика девиантного поведения
несовершеннолетних

Уровень высшего образования: *специалитет*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Современные социальные медиа и медиакоммуникации
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Кандидат экономических наук Ярных В.И.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры ТРИТ

№ 2 от 01.11.2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
2. Структура дисциплины	6
3. Содержание дисциплины	6
4. Образовательные технологии.....	9
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	9
5.1. Система оценивания.....	9
5.2. Критерии выставления оценок	9
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	13
6.1. Список источников и литературы.....	13
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет..	14
6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	14
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	14
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	16
9. Методические материалы.....	17
9.1. Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий.....	18
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....	18
9.3. Иные материалы.....	18
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	19

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель: познакомить студентов с актуальным направлением работы в современной образовательной организации и современным подходом к созданию и распространению современного контента в медиaprостранстве.

Задачи:

- изучение современных подходов к деятельности в условиях мультимедийной среды и информационного общества;
- знакомство с междисциплинарным подходом к созданию современного контента, необходимое для эффективной работы социального педагога;
- изучение методов создания и распространения контента в современной медиасреде;
- формирование системного подхода к использованию современных информационных медиатехнологий в профессиональной деятельности социального педагога и в научных исследованиях.

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

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.3. Понимает межкультурное разнообразие общества в его различных контекстах: философском, социально-историческом, этическом	Знать: основные принципы и подходы работы с современными социальными медиа в различных контекстах Уметь: найти необходимый инструмент или технологию формирования и распространения мультимедийного контента в соответствии с поставленной задачей и спецификой межкультурного разнообразия; анализировать запросы аудитории Владеть: способами формирования и распространения мультимедийного контента;
ОПК-1. Способен на основе анализа основных этапов и закономерностей исторического развития Российского государства, его места и роли в контексте всеобщей истории формировать устойчивые внутренние мотивы профессиональной служебной деятельности,	ОПК-1.2 Способен анализировать и формировать устойчивые внутренние мотивы профессиональной деятельности, базирующиеся на основе гражданской позиции, патриотизме, ответственном отношении к выполнению профессионального долга.	Знать: основные принципы и подходы к функционированию современных социальных медиа в контексте профессиональной деятельности Уметь: найти необходимый инструмент или технологию анализа контента современных социальных медиа в контексте гражданской позиции и патриотизма. Владеть: способами анализа

базирующиеся на основе гражданской позиции, патриотизме, ответственном отношении к выполнению профессионального долга.		взаимодействия в современных социальных медиа и противостояния медиавлиянию.
--	--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современные социальные медиа и медиакommunikации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Медиаэкология и современное информационное пространство», «Цифровая культура: мир и человек в новой реальности», производственная практика (практика по профилю образовательной деятельности).

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Практикум по межличностной коммуникации», «Проектно-исследовательская деятельность в образовании», производственная практика (преддипломная практика).

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 академических часа.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
5	Лекции	14
5	Семинары	14
Всего:		28

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 48 академических часов.

2. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Введение в предмет. Современные социальные медиа	Современное информационное общество. Требования информационного общества к современным коммуникациям. Специфика коммуникаций XXI века. Медиабезопасность в современных коммуникациях. Социальные медиа
2	Социальные медиа в медиaprостранстве. Структура социальных медиа. Форматы социальных медиа	Понятие социальных медиа. Структурные компоненты социальных медиа. Корпоративная медиасистема.

3	Типы контента в социальных медиа. Корпоративный контент и контекст.	Контент в корпоративной медиасистеме. Технологии формирования контента. Понятие мультимедиа, кросс-медиа, трансмедиа
4	Современные медиакommunikации. Коммуникации с аудиторией в социальных медиа	Технологии взаимодействия с медиааудиторией. Технологии формирования и распространения различных типов контента. Использование амбассадоров бренда для формирования позитивного медийного имиджа общественно значимой организации.

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- презентация	15 баллов	15 баллов
- контрольная работа	15 баллов	15 баллов
- подготовка творческого проекта	30 баллов	30 баллов
Промежуточная аттестация в виде зачета		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 выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«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>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».
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.</p> <p>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.</p> <p>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

Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости по дисциплине

Презентация (УК – 5.3)

Требования к **презентации** «Анализ использования социальных медиа социальными значимыми организациями». Данное задание студенты выполняют в парах, по желанию задание может быть выполнено индивидуально. Студенты, используя современные методы поиска информации, анализируют как социально значимые организации используют выбранное социальное медиа.

Критерии оценки презентаций:

11-15 баллов - Продемонстрирован высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.

6-10 баллов - Продемонстрирован средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.

3-5 баллов - Продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.

0-2 баллов- Продемонстрирован неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам.

Контрольная работа (тестирование) (ОПК – 1.2.)

1. Глобальные коммуникационные тренды (выберите правильные ответы)
 - a. Коммуникации в реальном времени
 - b. Медиа везде
 - c. Развитие мобильных медиа
 - d. Персонализация информации (формирование YoUniverse)
 - e. Интеграция коммуникаций
 - f. Все вышеперечисленное*
2. Относятся ли мобильные приложения к современным медиа:
 - a. Да*
 - b. Нет
3. Кросс-медийное взаимодействие это...
 - a. Один формат контента, передающийся на несколько платформ*
 - b. Много форматов контента передающиеся на несколько платформ
 - c. Множество форматов контента базирующихся на одной платформе
4. Информационный шум:
 - a. Существенно затрудняет современные медиакоммуникации*
 - b. Не влияет на современные медиакоммуникации
 - c. Способствует современным медиакоммуникациям
5. Концепция 3А означает:
 - a. Любой контент в любое время в любом месте*
 - b. Выборочный контент в строго определённое время
 - c. Использование платного контента
6. Пользовательский контент – это...
 - a. Контент, который создают все пользователи медиапространства*
 - b. Контент, который лайкают пользователи медиапространства
 - c. Контент, который создают только инфлюэнсеры
7. Инфлюэнсер — это
 - a. Любой пользователь медиапространства
 - b. Пользователь, имеющий обширную и лояльную медиааудиторию*
 - c. Пользователь, зарегистрировавшийся на медиаресурсе
8. Обязательные качества инфлюэнсера:
 - a. Обширная аудитория и оказание влияние на подписчиков*
 - b. Небольшая аудитория и закрытый для комментариев ресурс
 - c. Обширная аудитория и отсутствие контента на ресурсе
9. Инфлюэнсером может стать:
 - a. Любой человек*
 - b. Только артист или политик
 - c. Любой выпускник факультета журналистики
10. Медиакомьюнити — это:

- a. Пользователи, подписанные на один ресурс
 - b. Группа людей с близкими интересами, которые общаются через Интернет друг с другом*
 - c. Друзья детства пользователя
11. Принципы формирования комьюнити:
- a. Общие цели, общие ценности, общие интересы*
 - b. Общие цели, разные ценности, отсутствие общего интереса
 - c. Отсутствие общих целей, разные ценности, отсутствие общего интереса
12. Мультимедийный контент это...
- a. Один формат контента передающийся на несколько платформ
 - b. Много форматов контента передающиеся на несколько платформ
 - c. Множество форматов контента, базирующихся на одной платформе*
13. Методы формирования комьюнити
- a. Публикация нового интересного корпоративного контента по теме сообщества
 - b. Поддержка обсуждения в пабликах и чатах
 - c. Формирование группы администраторов в чате
 - d. Контент, содержащий вопросы по практике использования продукта
 - e. Публикация сторонних материалов по теме сообщества и организация его обсуждения
 - f. Все перечисленное*
14. Технологии развития комьюнити:
- a. Организация конкурсов на знание продукта
 - b. Организация флешмоба с продукцией или идеей сообщества (например, конкурс фотографий)
 - c. Взаимодействие с инфлюэнсерами
 - d. Все вышеперечисленное*
15. Особенности технологии мультимедиа:
- a. одновременная работа со звуком, анимацией, видео, статичными объектами*
 - b. возможность обработки графики и текста
 - c. невозможность интерактивного взаимодействия
 - d. возможность обработки графических изображений
16. Что из перечисленного является примером использования мультимедийных технологий в культуре?
- a. Виртуальные экскурсии по музеям
 - b. Цифровые репродукции картин
 - c. Покупка билета в музей через интернет
17. Мультимедиа — это.
- a. интерактивные системы, обеспечивающие одновременную работу со звуком, анимированной компьютерной графикой, видеокадрами, статистическими изображениями и текстами*
 - b. интерактивные системы, позволяющие быстро производить любые вычисления
 - c. интерактивные системы, позволяющие вести в Интернете одновременно диалог с несколькими пользователями
18. Медиакоммуникация – это:

- a. информационное взаимодействие между социальными субъектами (личностями, группами, организациями) основанное на производстве, распространении и потреблении массовой информации; *
- b. медиакommunikация есть массовая коммуникация;
- c. функциональная система, основу которой составляют прикладные модели, разработанные в рамках теории коммуникации;
- d. наука об общении.

19. Лонгрид – это:

- a. Просто длинный текст на сайте
- b. Принципиально новый способ подачи материала в мультимедийном формате, охватывающий и косвенную тематику*
- c. Видео, прикрепленное к тексту на сайте

Ключ к тесту: правильные ответы помечены *

Критерии оценки тестирования: каждый правильный ответ – 1 балла. Итого - 15 баллов максимум.

Творческий проект на тему «Корпоративная медиасистема социально значимой организации» (на примере конкретной организации или проекта). (УК – 5.3, ОПК – 1.2.).

Творческий проект студенты реализуют в парах. В рамках реализации проекта студенты изучают и анализируют опыт конкретных компаний, организаций, проектов или ассоциаций. В рамках проекта необходимо изучить и показать инструменты и технологии медиакommunikаций, описать какие социальные медиа и как используют организации, активность социально значимой организации в корпоративной медиасистеме. В рамках практических занятий происходит обсуждение концепции и коммуникационных стратегий организации, анализ подготовленных материалов, планирование и возможности получения дополнительных материалов (видеоматериал, подбор фотографий, возможные интервью с представителями компании).

При подготовке проекта необходимо определить источник исследования и его проанализировать по следующим критериям:

- Структуру медиасистемы организации
- Каналы коммуникации с заинтересованными сторонами
- Перечень корпоративных медиа организации
- Показатели медиаактивности организации
- Инструменты и технологии взаимодействия с аудиторией

Критерии оценки творческого проекта:

26-30 баллов - Продемонстрирован высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.

17-25- баллов - Продемонстрирован средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.

11-16 баллов - Продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.

0-10 баллов- Продемонстрирован неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам.

Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (экзамен)

Вопросы к экзамену (ПК-1.1,1.2)

1. Тренды развития современных медиакоммуникаций
2. Понятие и структура социальных медиа
3. Понятие и структура корпоративной медиасистемы
4. Медиабезопасность в современных медиа.
5. Медиааудитория в современном информационном пространстве
6. Технологии работы с медиааудиторией.
7. Распространение контента в современных медиа
8. Понятие медиакоммуникации. Специфика медиакоммуникаций в современном мире.
9. Характеристики современной медиакоммуникации.
10. Какие факторы влияют на трансформацию форматов взаимодействия с аудиторией в современной медиасреде?
11. Интерактивные каналы коммуникации и повышение активности аудитории.
12. Понятие информационного шума. Инфодемия в условиях пандемии COVID-19
13. Что такое социальные медиа? Приведите примеры
14. Перечислите возможные каналы коммуникаций с медиааудиторией
15. Что такое комьюнити? Для решения каких задач организация принимает решение сформировать медиаккомьюнити?
16. Как информационный шум влияет на медиакоммуникации?
17. Какие интерактивные механизмы взаимодействия с медиааудиторией в социальных сетях Вы знаете?

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

Литература

Основная

1. Барашкина, Е. А. Медиасистемы: учебно-методическое пособие / Е. А. Барашкина. — Самара: Самарский университет, 2022. — 68 с. — ISBN 978-5-7883-1826-4. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/336713>
2. Коноваленко, М. Ю. Теория коммуникации: учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, В. А. Коноваленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 415 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00428-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/449867>
3. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7095-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451517>
4. Теория межкультурной коммуникации : учебник и практикум для вузов / Ю. В. Таратухина [и др.] ; под редакцией Ю. В. Таратухиной, С. Н. Безус. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 265 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00365-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450778>
5. Ярных, В.И. Корпоративные медиа как инструмент коммуникаций в глобальном медиaprостранстве. ВЕСТНИК РГГУ. Серия «Литературоведение. Языкознание. Культурология». 2018;(1), С. 75-80. <https://doi.org/10.28995/2073-6355-2018-1-75-80>
6. Инструменты и технологии медиаобразования в повышении медийно-информационной грамотности педагогов в корпоративных коммуникациях образовательной организации [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / Ярных В. И. - Москва: Московский педагогический государственный университет, 2019. - 60 с. - ISBN 978-5-4263-0779-7

Дополнительная

1. Кульназарова, А. В. Теория и практика медиакоммуникаций: учебно-методическое пособие / А. В. Кульназарова. — Санкт-Петербург: СПбГУТ им. М.А. Бонч-Бруевича, 2021. — 44 с. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180285>

2. Степанов, В. А. Социальные медиа: учебно-методическое пособие / В. А. Степанов. — Минск: БГУ, 2020. — 115 с. — ISBN 978-985-566-840-5. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180507>
3. Социальные медиа и образовательные практики: учебно-методическое пособие / Т. Н. Носкова, Т. Б. Павлова, Е. А. Тумалева [и др.]; под редакцией Т. Н. Носковой. — Санкт-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 2021. — 196 с. — ISBN 978-5-8064-3011-4. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/252476>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru

ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru

Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

Cambridge University Press

ProQuest Dissertation & Theses Global

SAGE Journals

Taylor and Francis

JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Adobe Master Collection

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. Планы *практических занятий*

Тема 1. Введение в предмет. XXI век- век информационного общества, требования к современным коммуникациям (6 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Признаки информационного общества. Ключевые отличия от предыдущих формаций
2. Новые каналы медиакоммуникации в эпоху информационного общества
3. Медиаграмотность в информационном обществе
4. Специфика современных коммуникаций

Тема 2. Понятие и структура социальных медиа Корпоративная медиасистема (6 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие социальных медиа
2. Структура социальных медиа и их типология
3. Структура корпоративной медиасистемы
4. Мультимедийное, кросс-медийное и трансмедийное взаимодействие

Задание - презентация «Анализ использования социальных медиа социально значимыми организациями».

Указания по выполнению задания:

Данное задание студенты выполняют в парах, по желанию задание может быть выполнено индивидуально. Студенты, используя современные методы поиска информации, анализируют как социально значимые организации используют социальные медиа. При выполнении данного задания студенты проходят полный цикл создания мультимедийного медиапродукта: поиск информации, анализ собранных фактов и информации, анализ медиакоммуникаций, выбор информации для представления подготовка презентации. Презентация готовится в формате Power Point или аналогичной программе. Требования к докладу и презентации представлены в разделе 9.2 данной программы. В презентацию входит информация об организации, использование социальных медиа в работе социально значимой организации, показатели эффективности коммуникаций. На практических занятиях преподаватель консультирует студента по ходу выполнения работы

Тема 3. Корпоративный контент в социальных медиа. Типы контента (8 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Этический, национальный, культурологический, социальные контексты корпоративных коммуникаций
5. Типы и классификации корпоративного контента
6. Корпоративный контент и технологии его распространения
7. Формирование медиаимиджа организации

8. Мультимедиа, кросс-медиа и трансмедиа

Задание: контрольная работа в виде теста.

Указания к выполнению. Контрольная работа в виде тестирования выполняется индивидуально. Из представленных вопросов можно сформировать несколько вариантов по 15 вопросов. Максимально возможное количество набранных баллов – 15, порог прохождения теста - 8 баллов.

Тема 4. Технологии взаимодействия с медиааудиторией (8 ч.)

Вопросы для обсуждения

1. Понятие современной медиааудитории
2. Методы изучения медиааудитории. Классификация медиааудитории
3. Инструменты взаимодействия с медиааудиторией
4. Коммуникации медиааудиторией с организацией

Задание - Анализ корпоративной медиасистемы выбранной социально значимой организации.

Указания по выполнению заданий:

Данное задание студенты выполняют в парах, по желанию задание может быть выполнено индивидуально. Студенты, используя современные методы поиска информации, анализируют как социально значимые организации формируют корпоративную медиасистему. При выполнении данного задания студенты проходят полный цикл создания мультимедийного медиапродукта: поиск информации, анализ собранных фактов и информации, анализ медиакоммуникаций, выбор информации для представления подготовка презентации. Презентация готовится в формате Power Point или аналогичной программе. Требования к докладу и презентации представлены в разделе 9.2 данной программы. В рамках реализации проекта студенты изучают и анализируют опыт конкретных компаний, организаций, проектов или ассоциаций. В рамках проекта необходимо изучить и показать инструменты и технологии медиакоммуникаций, описать какие социальные медиа и как используют организации, активность социально значимой организации в корпоративной медиасистеме. В рамках практических занятий происходит обсуждение концепции и коммуникационных стратегий организации, анализ подготовленных материалов, планирование и возможности получения дополнительных материалов (видеоматериал, подбор фотографий, возможные интервью с представителями компании).

При подготовке проекта необходимо определить источник исследования и его проанализировать по следующим критериям:

- Структуру медиасистемы организации
- Каналы коммуникации с заинтересованными сторонами
- Перечень корпоративных медиа организации
- Показатели медиаактивности организации
- Инструменты и технологии взаимодействия с аудиторией

На практических занятиях преподаватель консультирует студента по ходу выполнения работы.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Структура и содержание доклада

Введение — это вступительная часть аналитической или научно-исследовательской работы. Автор должен приложить все усилия, чтобы в этом небольшом по объему разделе

показать актуальность темы, раскрыть практическую значимость ее, определить цели и задачи эксперимента или его фрагмента.

Основная часть. В ней раскрывается содержание доклада.

В основной части могут быть также представлены схемы, диаграммы, таблицы, рисунки и т.д.

В заключении содержатся итоги работы, выводы, к которым пришел автор, и рекомендации. Заключение должно быть кратким, обязательным и соответствовать поставленным задачам.

Требования к оформлению доклада

Объем доклада в пределах 3 печатных страниц. Доклад должен быть выполнен грамотно, с соблюдением культуры изложения.

Доклад сопровождается презентацией, выполненной в программе Power Point или аналогичной, которая содержит не менее 15 слайдов.

В презентации обязательно присутствует титульный и заключительный слайд с подведением итогов.

Презентация строится структурно, логично, последовательно в соответствии с текстом доклада.

Презентация сопровождается необходимым текстом и визуальным контентом (фото, скрины страниц социальных медиа, картинки, необходимые схемы).

Приложение 1

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: познакомить студентов с актуальным направлением работы в современной образовательной организации и современным подходом к созданию и распространению современного контента в медиaprостранстве.

Задачи:

- изучение современных подходов к деятельности в условиях мультимедийной среды и информационного общества;
- знакомство с междисциплинарным подходом к созданию современного контента, необходимое для эффективной работы социального педагога;
- изучение методов создания и распространения контента в современной медиасреде;

- формирование системного подхода к использованию современных информационных медиатехнологий в профессиональной деятельности социального педагога и в научных исследованиях.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные принципы и подходы работы с современными социальными медиа в различных контекстах; основные принципы и подходы к функционированию современных социальных медиа в контексте профессиональной деятельности

Уметь: найти необходимый инструмент или технологию формирования и распространения мультимедийного контента в соответствии с поставленной задачей и спецификой межкультурного разнообразия; анализировать запросы аудитории; уметь найти необходимый инструмент или технологию анализа контента современных социальных медиа в контексте гражданской позиции и патриотизма.

Владеть: способами формирования и распространения мультимедийного контента; способами анализа взаимодействия в современных социальных медиа и противостояния медиавлиянию.