



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Институт филологии, иностранных языков и медиакоммуникации
Факультет филологии и журналистики
Кафедра новейшей русской литературы



УТВЕРЖДАЮ

М.Б. Ташлыкова

Декан (директор)

«15» июня 2021 г.

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.06 Коммуникации в социальных сетях

Направление подготовки **45.03.01 Филология**

Направленность (профиль) подготовки
**«Прикладная филология: обеспечение
эффективной письменной и устной коммуникации»**

Квалификация (степень) выпускника – **бакалавр**
Форма обучения – **очная**

Согласовано с УМК ИФИЯМ
Протокол № 10 от «15» июня 2021 г.
Председатель О.Л. Михалёва

Рекомендовано кафедрой
новейшей русской литературы
Протокол № 7 от «14» мая 2021 г.
Зав. кафедрой Ю.М. Брюханова

Иркутск 2021 г.

Содержание

I.		Цели и задачи дисциплины	3
II.		Место дисциплины в структуре ОПОП	3
III.		Требования к результатам освоения дисциплины	3
IV.		Содержание и структура дисциплины	7
	4.1.	Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов	7
	4.2.	План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	8
	4.3.	Содержание учебного материала	11
	4.3.1.	Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ	13
	4.3.2.	Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение в рамках самостоятельной работы студентов	15
	4.4.	Методические указания по организации самостоятельной работы студентов	16
V.		Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	16
	а) б) в) г)	перечень литературы периодические издания список авторских методических разработок базы данных, поисково-справочные и информационные системы	
VI.		Материально-техническое обеспечение дисциплины	18
	6.1. 6.2. 6.3.	Учебно-лабораторное оборудование Программное обеспечение Технические и электронные средства обучения	
VII.		Образовательные технологии	19
VIII.		Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации	19

I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины – ознакомить студентов с основными с технологическими тенденциями развития современных медиа, ознакомить с практическими аспектами применения коммуникативных стратегий в цифровой среде.

Задачи дисциплины:

- сформировать представление о социальных сетях как особом пространстве коммуникации;
- сформировать навыки анализа коммуникативной ситуации и выбора стратегии и тактики выстраивания процесса коммуникации в социальных сетях;
- сформировать навыки оценивания эффективности коммуникативного акта и использования приёмов воздействия на успешное продвижение в социальных медиа.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Коммуникации в социальных сетях» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими и изучаемыми параллельно дисциплинами:

Б1.В.05 Введение в теорию коммуникации

Б1.В.07 Написание и редактирование научного текста

Б1.В.11 Социоллингвистика

Б1.В.10 Коммуникативные качества хорошей речи

2.3. Перечень последующих учебных дисциплин, для которых необходимы знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной:

Б1.В.11 Социоллингвистика.

Б1.В.17 Основы дискурс-анализа

Б1.В.20 Межличностная коммуникация: анализ речевого взаимодействия

Б1.В.21 Психоллингвистика

Б1.В.16 Современный медиатекст

Б1.В.ДВ.06.02 Креативное письмо

Перечисленные последующие дисциплины предполагают наличие сформированных навыков анализа информации и подготовки информационно-аналитических материалов, умения применять широкий спектр методов понимания и создания устных и письменных сообщений, включая электронные, способностей редактировать материалы СМИ.

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ПК-1 - способен применять широкий спектр методов понимания и создания устных и письменных сообщений, включая электронные;
- ПК-4 - способен редактировать материалы СМИ;
- ПК-6 - способен осуществлять анализ информации и подготовку информационно-аналитических материалов.

**Перечень планируемых результатов обучения,
соотнесенных с индикаторами достижения компетенций**

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
ПК-1 способен применять широкий спектр методов понимания и создания устных и письменных сообщений, включая электронные	ИДК ПК-1.1 анализирует и структурирует информацию, сопоставляет различные сообщения, выделяя ключевые для решения профессиональных задач аспекты	Знать: • методы создания письменных сообщений; Уметь: • выделять ключевые аспекты для решения профессиональных задач; Владеть: • навыками анализа и сопоставления различных сообщений
	ИДК ПК-1.2 осуществляет реорганизацию и трансформацию информации в соответствии с требованиями жанра и формата коммуникации	Знать: • особенности формата коммуникации в социальных сетях; • жанры сообщений в социальных сетях; Уметь: • организовывать информацию в соответствии с коммуникативной ситуацией и жанром сообщения; Владеть: • навыками трансформации информации в зависимости от коммуникативной ситуации в социальных сетях.
	ИДК ПК-1.3 разрабатывает тактику и стратегию будущего сообщения, отбирает языковые средства, способствующие их эффективной реализации	Знать: • принципы выработки тактики и стратегии сообщений в зависимости от целей и задач коммуникации в социальных сетях; Уметь: • вырабатывать стратегию создания аккаунта в зависимости от целей коммуникации; • разрабатывать коммуникативную тактику в зависимости от адресной аудитории и целей коммуникативной ситуации; Владеть: навыками отбора языковых средств, способствующих эффективной коммуникации.

ПК-4 способен редактировать материалы СМИ	ИДК ПК-4.1 анализирует структуру, содержание материалов, ошибок и недочетов, которые необходимо исправить.	Знать: • основные принципы редакторского анализа материала с точки зрения языка и стиля, композиции, логики, фактического содержания, графического оформления. Уметь: • анализировать структуру и содержание материалов, выявлять ошибки и недочеты, которые необходимо исправить. Владеть: • навыками приведения материалов в соответствие с требованиями с целями и задачами коммуникации в соцсетях.
	ИДК ПК-4.2 выбирает методы редактирования материалов для наиболее полного раскрытия авторского замысла, осуществляет работу над контекстом, орфографией и стилем текста.	Знать: • методы редакторской работы Уметь: • выбирать методы редактирования для наиболее полного раскрытия авторского замысла; • проверять фактические данные; работать над контекстом, орфографией и стилем текста. Владеть: • навыками редактирования материалов различных жанров и стилей при их подготовке к изданию.
	ИДК ПК-4.3 определяет ключевые слова текста, необходимые для проведения поисковой оптимизации; использует современные технологии обработки больших массивов данных	Знать: • современные методы поисковой оптимизации электронной информации • технологии обработки больших данных; Уметь: • определяет ключевые слова текста, необходимые для проведения поисковой оптимизации Владеть: • навыками использования современных технологии обработки больших массивов данных; • поиска, обработки, осмысления и изложения информации при подготовке к изданию материалов различных жанров и стилей.

ПК-6 способен осуществлять анализ информации и подготовку информационно-аналитических материалов	ИДК ПК-6.1 осуществляет сбор, переработку и анализ информации для решения задач, поставленных руководителем.	Знать: • современные научные методы и технические средства, способствующие сбору, обработке, сохранению и передаче информации. Уметь: • пользоваться информационными ресурсами и систематизировать информацию по заданным критериям; • Владеть: • навыками интерпретации полученных данных и предоставления их в систематизированном виде.
	ИДК ПК-6.2. подбирает источники и литературу по теме обзора, доклада, аналитической справки; готовит информационно-аналитические материалы (обзор, доклад, аналитическую справку и т.д.)	Знать: • правила работы с внешними носителями информации; • особенности общенаучной и прагматической функции обзоров и анализа информации. Уметь: • разрабатывать тематический план обзора, доклада, аналитической справки; • определять круг источников и литературы, необходимых для подготовки информационно-аналитических материалов. Владеть: • навыками анализа и оценки изложенного материала.

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

4.1. Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	семестр	Всего часов	Из них – практическая подготовка обучающихся	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости
					Контактная работа преподавателя с обучающимися				
					Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации		
1.	Место социальных сетей в структуре цифровых медиа	4	24		6	6		12	Устный опрос Конспектирование
2.	Маркетинговые тактики и стратегии в социальных сетях	4	18		6	4		8	Устный опрос Конспектирование
3.	Тактики и стратегии продвижения информации и информационных ресурсов в социальных сетях	4	21		4	6		11	Устный опрос Конспектирование

4.2. План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Се- местр	Название раздела / темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно- методическое обеспечение СР
		Вид СР	Сроки	Трудо- емкость (в часах)		
4	Интернет-коммуникации как сфера деятельности	Работа с научной и учебной литературой. Анализ соцсетей. Подго- товка к практической работе.	1 неделя семестра	4	Конспект	Информация о научных ресур- сах, полезные ссылки на ин- формационные источники по те- ме даны на порта- ле Belca.isu.ru
4	Социальные сети как инст- румент и коммуникацион- ное пространство	Работа с научной и учебной литературой. Анализ соцсетей. Подго- товка к практической работе.	2 неделя семестра	4	Конспект	Информация о научных ресур- сах, полезные ссылки на ин- формационные источники по те- ме даны на порта- ле Belca.isu.ru
4	Технологические условия функционирования соци- альных медиа и виды соци- альных сетей	Работа с научной и учебной литературой. Анализ соцсетей. Подго- товка к практической работе.	3 неделя семестра	4	Конспект, презен- тация	Информация о научных ресур- сах, полезные ссылки на ин- формационные источники по те- ме даны на порта- ле Belca.isu.ru
4	Правовые аспекты комму- никации в социальных се- тях	Работа с научной и учебной литературой. Анализ соцсетей. Подго-	4 неделя семестра	4	Конспект, презен- тация	Информация о научных ресур- сах, полезные

		товка к практической работе.				ссылки на информационные источники по теме даны на портале Belca.isu.ru
4	Построение стратегии и тактики маркетингового присутствия в социальных сетях	Самостоятельная разработка тактики и стратегии соцсети под учебное задание	5 неделя семестра	4	Презентация	Информация о научных ресурсах, полезные ссылки на информационные источники по теме даны на портале Belca.isu.ru
4	Мониторинг социальных сетей	Мониторинг социальных сетей под учебное задание	6 неделя семестра	4	Презентация	Информация о научных ресурсах, полезные ссылки на информационные источники по теме даны на портале Belca.isu.ru
4	Технологии и методы работы со СМИ (основы медиарилейшнз)	Работа с научной и учебной литературой. Анализ соцсетей. Подготовка к практической работе.	7 неделя семестра	4	Презентация	Информация о научных ресурсах, полезные ссылки на информационные источники по теме даны на портале Belca.isu.ru
4	Оценка эффективности работы в соцсетях	Работа с научной и учебной литературой. Анализ соцсетей. Подготовка к практической	8 неделя семестра	3	Презентация	Информация о научных ресурсах, полезные ссылки на ин-

		работе.				формационные источники по те- ме даны на порта- ле Belca.isu.ru
Общий объем самостоятельной работы по дисциплине (час) – 31						
Из них объем самостоятельной работы с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (час) – не менее 16						

4.3. Содержание учебного материала

Раздел 1. Место социальных сетей в структуре цифровых медиа

Тема 1. Интернет-коммуникации как сфера деятельности. Цели и задачи курса. Процесс, структурные модели диджитал-коммуникации. Традиционные модели массовой коммуникации и их цифровые аналоги. Психологические аспекты. Модели коммуникации в социальных медиа.

Тема 2. Социальные сети как инструмент и коммуникационное пространство. Механизмы распространения информации в диджитал-среде в целом и в социальных сетях. Роль соцсетей в современном обществе. Области использования социальных сетей. Коммуникации, PR, продвижение.

Тема 3. Технологические условия функционирования социальных медиа и виды социальных сетей. Типология социальных сетей: международные и российские социальные сети; аудитория социальных сетей; целевые и коммуникативные различия. Платформы, на которых основываются социальные медиа: блоги (LiveJournal, Twitter, WordPress, Tumblr); интернет-форумы; электронная почта; подкасты (PodFM, LibSyn); социальные сети (Facebook, Одноклассники, ВКонтакте); вики (Wikipedia, PBWiki, Google Docs); социальные агрегаторы (Plaxo, Friendfeed); онлайн-игры (World of Warcraft, League of Legends, DOTA 2). Понятие контента социальных сетей. Выявление целевой аудитории для задач разного типа.

Раздел 2. Маркетинговые тактики и стратегии в социальных сетях

Тема 4. Правовые аспекты коммуникации в социальных сетях. Специфика соцсетей как бизнес-площадок. Правовые аспекты маркетинга в соцсетях: правила дистанционной торговли, применение ККТ, соблюдение законодательства об интеллектуальной собственности и образовательной деятельности, соблюдение условий пользовательских соглашений. Обеспечение информационной безопасности в социальных сетях.

Тема 5. Построение стратегии и тактики маркетингового присутствия в социальных сетях. Этапы планирования маркетинговой стратегии. Коммуникативные тактики реализации маркетинговой стратегии: построение сообществ бренда в различных социальных медиа; работа с блогами; персональный брендинг; репутационный менеджмент. Инструменты поддержки и развития бренд-сообщества, реализации обратной связи: создание и продвижение сообществ компании в социальных сетях; организация и продвижение встреч/мероприятий; создание и продвижение фан-сообществ в социальных сетях. Основные ошибки маркетинговой коммуникации в социальных сетях.

Тема 6. Мониторинг социальных сетей. Цели и задачи мониторинга. Автоматический мониторинг и его возможности. Обзор сервисов для мониторинга социальных сетей (YouScan, Brand Analytics, Медиалогия, Babkee, Пресс Индекс, IQBuzz, StarComment, Semanticforce, Brand24, Mediatoolkit). Плюсы и минусы ручного мониторинга.

Раздел 3. Тактики и стратегии продвижения информации и информационных ресурсов в социальных сетях

Тема 7. Технологии и методы работы со СМИ (основы медиарилейшнз). Содержание медиарилейшнз. Специальные мероприятия для продвижения СМИ. Особенности продвижения на каждом отдельном ресурсе. Разработка тактики и стратегии продвижения информации и информационных ресурсов: выбор формата сообщества; позиционирование

сообщества; брендирование страницы сообщества; продвижение сообщества. Сегментация аудитории, выбор тактики в соответствии с типом аудиторного сегмента.

Тема 8. Оценка эффективности работы в соцсетях. Критерии оценки эффективности: осведомленность, вовлеченность, формула Г. Шматова расчёта охвата аудитории; соответствие портрету ЦА посетителей страницы (или группы); количество действий в сети (комментарии, «лайки», участие в промоакциях и конкурсах); резонанс и/или информационный фон бренда; количество и качество трафика на внешний сайт; количество целевых действий совершенных пользователями (переход на страницу контакты, регистрация на сайте, онлайн звонок или консультация, подписка на рассылку); количество продаж.

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)		Оценочные средства	Формируемые компетенции и индикаторы
			Всего часов	Из них – практиче- ская подго- товка		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	Анализ моделей коммуникаций в социальных сетях и на блог-платформах: психология, тактика, речевые жанры.	2		Устный опрос	ПК-1: ПК-1.1, ПК-1.3
2	1	Анализ областей использования социальных сетей в зависимости от платформы и типа контента.	2		Устный опрос	ПК-1: ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
3	1	Анализ гендерного, возрастного и социального состава социальных сетей в зависимости от площадки и типа контента.	2		Доклады и презентации	ПК-1: ПК-1.1
4	2	Этические аспекты коммуникации в социальных сетях	2		Доклады и презентации	ПК-1: ПК-1.1, ПК-1.3; ПК-4: ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3
5	2	Формирование комьюнити в соответствии с целями и задачами коммуникации, механики вовлечения аудитории	2		Устный опрос	ПК-1: ПК-1.1, ПК-1.3 ПК-6: ПК-6.1
6	3	Мониторинг социальных сетей и «клиенто-	2		Устный опрос	ПК-1: ПК-1.1,

		ориентированность» компании.				ПК-1.3 ПК-6: ПК-6.1
7	3	Особенности продвигающего контента и психология потребителя в социальных сетях: визуальный контент, текстовый контент и т.п.	2		Устный опрос	ПК-1: ПК-1.1, ПК-1.3 ПК-6: ПК-6.1
8	3	SMM-аналитика: ключевые метрики и методы анализа	2		Устный опрос	ПК-1: ПК-1.1, ПК-1.3 ПК-6: ПК-6.1

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение студентами в рамках самостоятельной работы (СРС)

№ п/п	Тема	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1.	Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура// URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/index.php (Последнее обращение: 31.08.2021)	Изучить информацию и подготовить презентацию о теории сетевого общества одного из самых известных социологов мира	ПК-6	ПК-6.1; ПК-6.2

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов в объеме 31 час по дисциплине «Коммуникации в социальных сетях» проводится в течение всего периода изучения дисциплины и заключается в чтении и изучении учебной, правовой и научной литературы, подготовке к созданию самостоятельного продукта в социальных сетях, подготовке к семинарским занятиям.

Самостоятельная работа студентов подразумевает работу под руководством преподавателя (консультации) и индивидуальную работу студента в компьютерном классе или библиотеке.

Рекомендуется:

- для качественного усвоения материала лекций разбирать вопросы по каждой теме, по непонятым деталям консультироваться у лектора, читать соответствующую литературу, анализировать материалы соцсетей, маркетинговой продукции в соцсетях и продвижения информации и информационных ресурсов;

- при подготовке к семинарским занятиям пользоваться рекомендациями преподавателя, ориентироваться на материалы, выложенные в ресурсе belca.isu.ru, готовить краткий конспект по вопросам темы, анализировать материал соцсетей, маркетинговой продукции в соцсетях и продвижения информации и информационных ресурсов;

- при подготовке к созданию самостоятельного продукта в социальных сетях пользоваться полученными на лекциях знаниями, а также результатами анализа материалов соцсетей, маркетинговой продукции в соцсетях и продвижения информации и информационных ресурсов.

4.5. Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Программой дисциплины курсовые работы не предусмотрены.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

а) перечень литературы

основная литература

Карлова Л.В. Основы рекламы: учебное пособие. – Томск: Изд-во ТПУ, 2009. 112 с

Кирьянова Л.Г. Социология рекламной деятельности. Исследования коммуникативного процесса, 2010. 183 с. URL: <http://window.edu.ru/resource/064/75064/files/adsociologystudybook.pdf>

Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : учеб. пособие / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов . - 6-е изд., испр. и доп. - М. : Академ. проект, 2009. - 511 с.

Корнеев М.Ю. Индекс репутации. Опыт программирования социально-коммуникационных процессов [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / М. Ю. Корнеев ; Иркутский гос. ун-т. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2007. - 311 с.

Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы [Текст] : практическое пособие / П. А. Кузнецов. - М. : Дашков и К', 2011. - 295 с.

Маркетинг в социальных медиа. Интернет - маркетинговые коммуникации [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по напр. 100700 "Торговое дело" / ред. Л. А. Данченко. - М. : Питер, 2013. - 288 с. ; 21 см. - (Учебное пособие. Стандарт третьего поколения). - Библиогр.: с. 281-288.

Мельниченко, Р. Г. Медиация [Текст] : учеб. пособие / Р. Г. Мельниченко. - М. : Дашков и К', 2017. - 190 с

Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Текст] : учеб. пособие для студ. вузов / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т современных коммуникац. систем и технологий. - М. : Дашков и К', 2012. 324 с.

Шарков, Ф. И. Правовое регулирование коммуникационной деятельности: в рекламе, связях с общественностью, журналистике [Текст] : Учеб. пособие / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технол. - М. : Дашков и К', 2008. - 324 с.

Шарков, Ф. И. Реклама в коммуникационном процессе : Учебник / Ф. И. Шарков ; Междунар. акад. бизнеса и упр., Ин-т соврем. коммуникац. систем и технол. - М. : Дашков и К', 2007. - 347 с

дополнительная литература

Калужский М.Л., Карпов В.В. Сетевые интернет-коммуникации как инструмент маркетинга // Практический маркетинг. – 2013. – № 2. – С. 32-39 (URL: <https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1505/1505.03308.pdf>)

Кочеткова А.В. Медиапланирование. 2003// URL: <http://evartist.narod.ru/text10/15.htm>

Романов А.А., Панько А.В. Маркетинговые коммуникации / А.А. Романов, А.В. Панько. — М.: Эксмо, 2006. — 432 с (URL: http://htbiblio.yolasite.com/resources/Маркетинговые%20коммуникации_Романов%20А.А.%20Панько%20А.В._2006%20-432с.pdf)

периодические издания

Маркетинг журнал 4p.ru (URL: <https://4p.ru/main/index.php>)

в) список авторских методических разработок

Методические материалы по дисциплине «Коммуникации в социальных сетях» размещены на образовательном портале belca.isu.ru.

г) базы данных, поисково-справочные и информационные системы

Корпуса русского языка

1. <http://www.ruscorpora.ru/>
<http://www.ruscorpora.ru/corpora-other.html>

Национальный корпус русского языка – информационно-справочная система, основанная на собрании русских текстов в электронной форме

Электронные библиотеки

1. [Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU](http://eLIBRARY.RU)
2. [Коллекция журналов издательства «НАУКА»](#)
3. [Журналы Института научной информации по общественным наукам \(ИНИОН РАН\)](#)
4. [Университетская информационная система РОССИЯ \(УИС РОССИЯ\)](#)
5. [Журнал Science издательства American Association for the Advancement of Science \(AAAS\)](#)
7. <http://www.philology.ru/>
8. Открытая электронная библиотека «Киберленинка» <http://cyberleninka.ru>

Другие сайты

Сайт Высшей школы экономики <https://hse.ru>

Сайт журнала "Социологические исследования" <http://socis.isras.ru>

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-лабораторное оборудование.

Специальные помещения Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа.	Оборудование аудитории Мебель: • специализированная учебная мебель на 78 посадочных мест; • стол-кафедра – 1 шт.; • стол преподавателя – 1 шт.; стул – 1 шт. Доска настенная магнитно-меловая, одноэлементная – 1 шт.; Технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории по дисциплине: • стационарный ПК – 1 шт.; • проектор Epson EB-X10; • экран Digis; • колонки Sven. Учебно-наглядные пособия: • презентации в формате Microsoft Power Point по каждой теме РПД дисциплины. Программное обеспечение: офисный пакет приложений Microsoft Office (в т.ч. программа Microsoft Power Point для создания и демонстрации презентаций, иллюстраций и других учебных материалов по дисциплине).
Специальные помещения Компьютерный класс (учебная аудитория) для групповых и индивидуальных консультаций, организации самостоятельной работы, в том числе научно-исследовательской.	Оборудование аудитории Мебель: • специализированная учебная мебель на 25 посадочных мест; • стол-кафедра – 1 шт.; • стол преподавателя – 1 шт.; стул – 1 шт. Технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории по дисциплине: • стационарный ПК с неограниченным доступом к сети Интернет – 20 шт.; • принтер – 1; • сканер – 1; • колонки Sven. Программное обеспечение: офисный пакет приложений Microsoft Office

Специализированное учебное оборудование не используется.

6.2. Программное обеспечение

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (подробная информация размещена на сайте ИГУ)

№ п/п	Наименование
1.	Adobe Reader DC 2019.008.20071
2.	IrfanView 4.42

3.	Foxit PDF Reader 8.0
4.	Google Chrome
5.	Java 8
6.	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса- Стандартный Russian Edition. 250-499.
7.	Microsoft Office Enterprise 2007 Russian Academic OPEN No Level
8.	Mozilla Firefox
9.	Office 365 ProPlus for Students
10.	OpenOffice 4.1.3
11.	Opera 45
12.	PDF24Creator 8.0.2
13.	Skype 7.30.0
14.	VLC Player 2.2.4
15.	WinPro 10 RUS Upgrd OLP NL Acdmc.
16.	7zip 18.06

6.3. Технические и электронные средства:

Фрагменты открытых лекций по проблематике представлены в открытом доступе в интернете.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ:

Преподавание дисциплины осуществляется в форме лекционных и практических занятий, а также включает в себя самостоятельную работу студентов по освоению теоретического и аналитического материала. Промежуточная отчетность предполагает чтение литературы, конспектирование, написание сочинения.

В ходе проведения практических занятий используются кейс-технологии, дискуссии, саморедактирование и взаимное редактирование, устные выступления с презентациями в формате Power Point, задания с использованием справочных ресурсов интернета и т.п. Широко применяются мультимедийные средства. Сетевые компьютерные технологии включают использование ресурсов Интернет и виртуального университета.

VIII. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценочные средства для входного контроля

Входной контроль не осуществляется.

Оценочные средства текущего контроля

Текущий контроль за усвоением содержания дисциплины осуществляется в следующих формах:

- тематический опрос студентов на практических занятиях;
- выполнение заданий, ориентированных на тематический анализ социальных сетей;
- выступления (с презентацией) реферативного характера;
- создание проекта собственной площадки в социальных сетях под конкретное учебное задание;
- обсуждение отдельных вопросов курса в консультационном режиме.

Примеры вопросов для проведения текущих опросов

- Разработка стратегии коммуникации в социальных сетях.
- Как определить аудиторию собственной площадки в социальных сетях?
- Каковы критерии отбора оптимальных площадок под конкретную задачу?

Оценка проекта собственной площадки в социальных сетях (производится по 100-балльной системе):

- Цель и задачи проекта (25 баллов)
- Аргументация определения адресной аудитории (15 баллов)
- Разработка коммуникативной стратегии и выбор социальных сетей (20 баллов)
- Контент-план (20 баллов)
- Первичное наполнение площадки (20 баллов)

Оценочные средства для промежуточной аттестации (в форме зачета с оценкой)

Зачет выставляется по итогам беседы (беседа на зачете не предполагает ответ "по билету", но студент должен владеть всем теоретическим материалом, представленным в курсе дисциплины), но также учитывает текущую работу студента и оценку за самостоятельную работу по созданию проекта собственной площадки в социальных сетях под конкретное учебное задание.

Перевод баллов в итоговую оценку:

Ниже 35 баллов – неудовлетворительно;

36 – 57 баллов – удовлетворительно;

58 – 71 балл – хорошо;

72 – 100 баллов – отлично.

Разработчик:


(подпись)

(инициалы, фамилия)

старший преподаватель

(занимаемая должность)

Е.В. Сумарокова

Программа рассмотрена на заседании кафедры новейшей русской литературы

(наименование)

«14» мая 2021 г.

Протокол №7 Зав. кафедрой



Ю.М. Брюханова

Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.