

Частное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры рекламы и
связей с общественностью
Протокол № 10 от 30.05.2023 г.

Первый проректор
С.В. Авдашкевич
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|------------------------------|---|
| Дисциплина: | Б1.В.18 Самопубликуемые медиа и управление сообществами |
| Направление подготовки: | 42.03.05 Медиакоммуникации |
| Направленность (профиль): | Управление медиакоммуникациями |
| Уровень высшего образования: | Бакалавриат |
| Форма обучения: | очная, заочная |
| Разработчики: | Кандидат педагогических наук, доцент Юмашева И. А. |

Санкт-Петербург
2023

1. Цели и задачи дисциплины:*Цель освоения дисциплины:*

Формирование знаний принципов функционирования социальных медиа, развитие умений и навыков эффективного использования возможностей социальных медиа в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

Формирование базовых знаний о специфике социальных медиа как нового типа средств массовой информации и коммуникации;

Формирование основ практических умений организации работы с социальными медиа;

Формирование навыков самообразования и профессионального совершенствования в ходе изучения новых социальных сервисов и работы с ними;

Реализация коммуникативных, технических и эвристических способностей бакалавров в ходе работы с социальными сервисами.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций) | Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций) | Примечание |
|---|---|---|
| ПК-1 Способен осуществлять планирование и организацию работы редакции | <p>ПК-1.1 Знает гражданское законодательство РФ, основы планирования и организации внутриорганизационной логистики, маркетинговые технологии, технологии эффективной работы на рынке и оценки конкурентоспособности, принципы и подходы к организации и планированию журналистской работы, профессиональную этику журналистской деятельности, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.</p> <p>ПК-1.2 Осуществляет планирование мероприятий по продвижению медиапродукции, планирование расходов на их проведение, разработку стратегии маркетинга и комплекса маркетинговых коммуникаций в сфере медиа, анализирует большой объем информации с использованием современных инфокоммуникационных технологий (ИКТ) и средств связи, соблюдает тайм-менеджмент работ в соответствии с требованиями организации и технологическим процессом.</p> <p>ПК-1.3 Способен выполнять функции по разработке общей концепции и планированию деятельности редакции, согласованию и внедрению маркетинговой стратегии, включая ценовую политику и формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению медиапродукции, а также представляет проекты управленческих решений по продвижению медиапродукции руководству.</p> | 06.009 Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» |
| ПК-2 Способен осуществлять планирование собственной профессиональной деятельности и отслеживать информационные поводы для формирования будущего материала | ПК-2.1 Знает источники достоверной информации, технологии и методы ее сбора, информационную специализацию СМИ, приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы, профессиональную этику журналистской деятельности, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности. | 11.003 Профессиональный стандарт «Корреспондент средств массовой информации» |

| Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций) | Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций) | Примечание |
|---|--|---|
| | <p>ПК-2.2 Осуществляет разработку актуальных тем в соответствии с интересами целевой аудитории, в том числе использует методы и приемы эффективных коммуникаций, анализирует большой объем информации с использованием современных ИКТ и средств связи, соблюдает тайм-менеджмент работ в соответствии с требованиями организации и технологическим процессом.</p> <p>ПК-2.3 Способен участвовать в планировании деятельности редакции, самостоятельно осуществлять поиск событий и фактов как основы материала, согласовывать темы материала с редакцией, в том числе выполнять редакционное задание и производить сбор информации в соответствии со своей специализацией, изучать специфику освещаемой темы, определять сюжетную линию материала, а также участвовать в разработке графика работ по полученным редакционным заданиям.</p> | |
| ПК-3 Способен осуществлять деятельность по организации интервьюирования и подготовке материалов для СМИ на основе самостоятельного получения актуальной, достоверной информации | <p>ПК-3.1 Знает нормативную документацию, законодательство РФ в сфере СМИ, методики и техники интервьюирования, основы психологии общения и операторского искусства, а также профессиональную этику журналистской деятельности</p> <p>ПК-3.2 Осуществляет работы по организации и проведению интервьюирования, координирует работу съемочной группы с использованием современных ИКТ связи, технических средств для фото-видеосъемки и аудиозаписи информации, работает в кадре</p> <p>ПК-3.3 Способен при проведении интервью и опросов выполнять функции по организации работы съемочной группы, освещению событий в прямом эфире и онлайн трансляциях сетевых СМИ, в том числе по заданию редакции и собственной инициативе формировать контакты с целью создания материала, формулировать вопросы интервьюирования, выезжать на места освещаемых событий и вести их фото-, видео-, аудио-фиксирование.</p> | 11.003 Профессиональный стандарт «Корреспондент средств массовой информации» |

| Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций) | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|---|--|
| ПК-1.1.1. Знает гражданское законодательство РФ, основы планирования и организации внутриорганизационной логистики, маркетинговые технологии, технологии эффективной работы на рынке и оценки конкурентоспособности, принципы и подходы к организации и планированию журналистской работы, профессиональную этику журналистской деятельности, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности. | Знает основы гражданского законодательства, технологии и технику планирования и внутриорганизационной логистики. Знает основы маркетинга, маркетинговых технологий и коммуникаций, методы анализа конкурентоспособности. Соблюдает принципы и методы журналистской работы, профессиональной этики журналиста, правила охраны труда, санитарии и пожарной безопасности в профессиональной деятельности. |

| Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций) | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|--|--|
| ПК-1.2. Осуществляет планирование мероприятий по продвижению медиапродукции, планирование расходов на их проведение, разработку стратегии маркетинга и комплекса маркетингово-вых коммуникаций в сфере медиа, анализирует большой объем информации с использованием современных инфокоммуникационных технологий (ИКТ) и средств связи, соблюдает тайм-менеджмент работ в соответствии с требованиями организации и технологическим процессом. | Профессионально планирует PR-мероприятия по всем видам медиапродукции, осуществляет их бюджетирование, разрабатывает маркетинговые стратегии и тактики в сфере медиа. Профессионально применяет разные виды анализа больших объемов материала, в том числе с применением ИКТ. Соблюдает основы тайм-менеджмента на всех этапах работ с учетом требований организации и технологии процесса. |
| ПК-1.3. Способен выполнять функции по разработке общей концепции и планированию деятельности редакции, согласованию и внедрению маркетинговой стратегии, включая ценовую политику и формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению медиапродукции, а также представляет проекты управленческих решений по продвижению медиапродукции руководству. | Выполняет полный функционал по разработке концепции деятельности редакции и планирует на основе данной концепции работу редакции. Согласует и внедряет маркетинговую стратегию с обоснованием ценовой политики, бюджетирования спланированных мероприятий. Разрабатывает и презентует управленческие проекты по продвижению медиапродуктов руководству. |
| ПК-2.1. Знает источники достоверной информации, технологии и методы ее сбора, информационную специализацию СМИ, приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы, профессиональную этику журналистской деятельности, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности. | Знает технологию и технику создания журналистских публикаций, принципы работы с источниками информации и методы ее сбора, знает задачи и методы профессиональной журналистики и профессиональной этики, а также знает источники достоверной информации и методы работы с ней |
| ПК-2.2. Осуществляет разработку актуальных тем в соответствии с интересами целевой аудитории, в том числе использует методы и приемы эффективных коммуникаций, анализирует большой объем информации с использованием современных ИКТ и средств связи, соблюдает тайм-менеджмент работ в соответствии с требованиями организации и технологическим процессом. | Профессионально осуществляет работу по определению актуальной тематики СМИ с учетом потребностей целевой аудитории, а также применяет эффективные коммуникационные технологии, принципы сбора необходимой информации для подготовки собственного материала. Анализирует большие объемы информации с применением ИКТ, соблюдает сроки выполнения всех этапов и видов работ в соответствии с требованиями организации и технологическими процессами. |
| ПК-2.3. Способен участвовать в планировании деятельности редакции, самостоятельно осуществлять поиск событий и фактов как основы материала, согласовывать темы материала с редакцией, в том числе выполнять редакционное задание и производить сбор информации в соответствии со своей специализацией, изучать специфику освещаемой темы, определять сюжетную линию материала, а также участвовать в разработке графика работ по полученным редакционным заданиям. | Успешно выполняет планирование деятельности редакции, при этом также профессионально осуществляет поиск событий и фактов как основы журналистских и публикационных материалов. Ведет согласование тематики материалов с редакцией. Профессионально изучает специфику освещаемой темы, полученной по заданию редакции, определяет сюжетные линии, разрабатывает и реализует график работ по подготовке и выпуску материалов. |
| ПК-3.1. Знает нормативную документацию, законодательство РФ в сфере СМИ, методики и техники интервьюирования, основы психологии общения и операторского искусства, а также профессиональную этику журналистской деятельности | Знает необходимую нормативную документацию профессиональной деятельности, задачи и методы, технологию и технику интервьюирования, его содержательную и структурно-композиционную специфику, знает основы психологии, соблюдает профессиональную журналистскую этику. |
| ПК-3.2. Осуществляет работы по организации и проведению интервьюирования, координирует работу съемочной группы с использованием современных ИКТ связи, технических средств для фотосъемки и аудиозаписи информации, работает в кадре | Организует работу съемочной группы с точки зрения проведения процесса и технологии интервью с использованием современных ИКТ связи, в том числе работу с фото-, видео-, аудио техник, осуществляет работу в кадре в качестве журналиста.. |

| Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций) | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|--|--|
| ПК-3.3. Способен при проведении интервью и опросов выполнять функции по организации работы съемочной группы, освещению событий в прямом эфире и онлайн трансляциях сетевых СМИ, в том числе по заданию редакции и собственной инициативе формировать контакты с целью создания материала, формулировать вопросы интервьюирования, выезжать на места освещаемых событий и вести их фото-, видео-, аудио-фиксирование. | Успешно выполняет согласование деятельности съемочной группы по освещению событий в прямом эфире и он-лайн трансляциях сетевых СМИ в ходе проведения интервью. Осуществляет поиск необходимых контактов с целью получения материала, формулирует порядок и содержание вопросов интервью. Выполняет выезд на места освещаемых событий в качестве журналиста либо организатора работы съемочной группы |

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

| № п/п | Наименование темы дисциплины | Компетенции | Оценочные средства текущего контроля | | |
|--|---|----------------------|--|---|--|
| | | | ЗНАТЬ | УМЕТЬ | ВЛАДЕТЬ |
| | | | ПК-1.1 ПК-2.1 ПК-3.1 | ПК-1.2 ПК-2.2 ПК-3.2 | ПК-1.3 ПК-2.3 ПК-3.3 |
| 1 | Интернет как коммуникационная среда | ПК-1 ПК-2 ПК-3 | Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10) | Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10) | Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20) |
| 2 | Социальные медиа в сети Интернет | ПК-1 ПК-2 ПК-3 | Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10) | Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10) | Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20) |
| 3 | Сервисы социальных медиа | ПК-1 ПК-2 ПК-3 | Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10) | Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10) | Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20) |
| 4 | Социальные объекты в Интернет | ПК-1 ПК-2 ПК-3 | Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10) | Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20) | Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20) |
| 5 | Социальные медиа в профессиональной деятельности | ПК-1 ПК-2 ПК-3 | Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10) | Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20) | Задания творческого уровня №1 (20) |
| 6 | Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе | ПК-1 ПК-2 ПК-3 | Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10) | Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20) | Задания творческого уровня №1 (20) |
| Количество баллов (100 баллов): | | | 100 | | |

| Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа |
|---|
| <p>Тема 1: Интернет как коммуникационная среда История, развитие и принципы функционирования сети Интернет. Интернет как СМК. Природа Веб. Веб-эволюция. Возникновение Веб 2.0 и идеология социального Интернета. Преимущества использования Веб 2.0.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> |

| Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа |
|--|
| <p>История, развитие и принципы функционирования сети Интернет. Интернет как СМК. Природа Веб. Веб-эволюция. Возникновение Веб 2.0 и идеология социального Интернета. Преимущества использования Веб 2.0.</p> <p>Лабораторная работа: -</p> |
| <p>Тема 2: Социальные медиа в сети Интернет</p> <p>Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации. Отличие социальных медиа от традиционных медиа (социальная среда, диалоговая форма, множественность авторов-генераторов контента). Содержание социальных медиа. Пользовательский контент (UGC ? user-generated content). Принципы социальных медиа. Принцип соучастия и коллективный разум. Формы социальных медиа (social networking (знакомство, личное общение), collaboration work (?коллаборативное творчество?, совместная работа с информацией, её создание и преобразование), scial knowledge bases (публикация контейнеров контента, не связанных хронологически), social information broadcasting, unique content creation (создание уникального кон-тента), resharing (распространение чужого контента).</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации. Отличие социальных медиа от традиционных медиа (социальная среда, диалоговая форма, множественность авторов-генераторов контента). Содержание социальных медиа. Пользовательский контент (UGC user-generated content). Принципы социальных медиа. Принцип соучастия и коллективный разум. Формы социальных медиа (social networking (знакомство, личное общение), collaboration work (коллаборативное творчество, совместная работа с информацией, её создание и преобразование), scial knowledge bases (публикация контейнеров контента, не связан-ных хронологически), social information broadcasting, unique content creation (создание уникального контента), resharing (распространение чужого контента).</p> <p>Лабораторная работа: -</p> |
| <p>Тема 3: Сервисы социальных медиа</p> <p>Коллективные и персональные блоги, микроблоги. Социально-тематические сети (Интернет-форумы). Новостные социальные сайты. Интернет-хосты. Социальные сайты вопросов и ответов. Подкасты аудио и видео Социальные закладки. Фолксономия. Тэги. Онлайн-игры. Социальные сети (Facebook, MySpace, Vkontakte, Одноклассники, Мой Круг).</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Коллективные и персональные блоги, микроблоги. Социально-тематические сети (Интернет-форумы). Новостные социальные сайты. Интернет-хосты. Социальные сайты вопросов и ответов. Подкасты аудио и видео Социальные закладки. Фолксономия. Тэги. Онлайн-игры. Социальные сети (Facebook, MySpace, Vkontakte, Одноклассники, Мой Круг).</p> <p>Лабораторная работа: -</p> |
| <p>Тема 4: Социальные объекты в Интернет</p> <p>Конструирование социальной реальности. Мотивы участия пользователей в предоставлении контента. Принципы формирования сетевого сообщества. Пользовательский текст, мультимедиа контент. Социальная сеть как капитал социального объекта. Принципы действия и инструментарий социальных сетей в Интернет.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Конструирование социальной реальности. Мотивы участия пользователей в предоставлении контента. Принципы формирования сетевого сообщества. Пользовательский текст, мультимедиа контент. Социальная сеть как капитал социального объекта. Принципы действия и инструментарий социальных сетей в Интернет.</p> <p>Лабораторная работа: -</p> |
| <p>Тема 5: Социальные медиа в профессиональной деятельности</p> <p>Социальные медиа как ресурс рекламной и PR-деятельности. Социальные медиа как инструмент рекламной и PR-деятельности. Направления рекламной и PR-деятельности в Интернет. Принципы Social Network Relations. Рекламный и PR текст в социальных медиа. Социальный медиаплан. Стиль профессионального общения в Интернет. Модели работы с социальными сетями. Анализ кейсов.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Социальные медиа как ресурс рекламной и PR-деятельности. Социальные медиа как инструмент рекламной и PR-деятельности. Направления рекламной и PR-деятельности в Интернет. Принципы Social Network Relations. Рекламный и PR-текст в социальных медиа. Социальный медиаплан. Стиль профессионального общения в Интернет. Модели работы с социальными сетями. Анализ кейсов.</p> <p>Лабораторная работа: -</p> |
| <p>Тема 6: Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе</p> <p>Методология мониторинга и анализа данных в социальных сетях. Краудсорсинг и исследование социальных сетей для реализации проектов. Специфика анализа социальных сетей. Особенности восприятия информации аудиториями разных социальных сетей. Субкультуры в социальных сетях.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> |

| |
|---|
| Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа |
| Методология мониторинга и анализа данных в социальных сетях. Краудсорсинг и исследование социальных сетей для реализации проектов. Специфика анализа социальных сетей. Особенности восприятия информации аудиториями разных социальных сетей. Субкультуры в социальных сетях. |
| Лабораторная работа: - |
| Курсовая работа: не предусмотрено учебным планом |

Очная форма обучения

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестр 8 |
|--|-------------|-----------|
| Аудиторные занятия (АЗ): | 28 | 28 |
| Лекционные занятия (Лек) | 14 | 14 |
| Лабораторные занятия (Лаб) | 0 | 0 |
| Практические занятия (Пр) | 14 | 14 |
| Самостоятельная работа студента (СР) | 48 | 48 |
| Курсовая работа | 0 | 0 |
| Другие виды самостоятельной работы* | 48 | 48 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | 5 | 5 |
| Контактная работа (КоР) | 33 | 33 |
| Форма промежуточной аттестации | 0 | Экзамен |
| Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР) | 27 | 27 |
| Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ | 108/3 | 108/3 |

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

| № | Наименование темы дисциплины | Семестр/ Курс | Количество учебных часов | | | | Практическая подготовка |
|--------|---|------------------|---|----|-----|----|-------------------------|
| | | | В том числе по видам аудиторных занятий | | | СР | |
| | | | Лек | Пр | Лаб | | |
| 1 | Интернет как коммуникационная среда | 8 | 2 | 2 | 0 | 8 | 2 |
| 2 | Социальные медиа в сети Интернет | 8 | 2 | 2 | 0 | 8 | 2 |
| 3 | Сервисы социальных медиа | 8 | 2 | 2 | 0 | 8 | 2 |
| 4 | Социальные объекты в Интернет | 8 | 2 | 2 | 0 | 8 | 2 |
| 5 | Социальные медиа в профессиональной деятельности | 8 | 2 | 2 | 0 | 8 | 2 |
| 6 | Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе | 8 | 4 | 4 | 0 | 8 | 4 |
| Итого: | | | 14 | 14 | 0 | 48 | 14 |

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Заочная форма обучения

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестр 9 |
|--|-------------|-----------|
| Аудиторные занятия (АЗ): | 8 | 8 |
| Лекционные занятия (Лек) | 4 | 4 |
| Лабораторные занятия (Лаб) | 0 | 0 |
| Практические занятия (Пр) | 4 | 4 |
| Самостоятельная работа студента (СР) | 87 | 87 |
| Курсовая работа | 0 | 0 |
| Другие виды самостоятельной работы* | 87 | 87 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | 4 |
| Контактная работа (КоР) | 12 | 12 |
| Форма промежуточной аттестации | 0 | Экзамен |
| Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР) | 9 | 9 |
| Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ | 108/3 | 108/3 |

* Подготовка к аудиторным занятиям

| № | Наименование темы дисциплины | Семестр/ Курс | Количество учебных часов | | | | Практическая подготовка |
|--------|---|------------------|--|----|-----|----|----------------------------|
| | | | В том числе по видам аудиторных занятий | | | СР | |
| | | | Лек | Пр | Лаб | | |
| 1 | Интернет как коммуникационная среда | 9 | 2 | 0 | 0 | 15 | 2 |
| 2 | Социальные медиа в сети Интернет | 9 | 2 | 0 | 0 | 15 | 2 |
| 3 | Сервисы социальных медиа | 9 | 0 | 0 | 0 | 15 | 2 |
| 4 | Социальные объекты в Интернет | 9 | 0 | 0 | 0 | 14 | 2 |
| 5 | Социальные медиа в профессиональной деятельности | 9 | 0 | 2 | 0 | 14 | 2 |
| 6 | Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе | 9 | 0 | 2 | 0 | 14 | 4 |
| Итого: | | | 4 | 4 | 0 | 87 | 14 |

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

1. **ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ТЕОРИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ В 2 Ч. ЧАСТЬ 1. СТРАТЕГИИ, ЭФФЕКТИВНЫЙ БРЕНДИНГ** 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Музыкант В. Л. - Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Москва).; Российский университет дружбы народов (г. Москва)., 2022 г. - 475 с. - ISBN 978-5-534-14309-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-integrirovannyh-kommunikacij-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-1-strategii-effektivnyy-brening-490280>

2. **ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ТЕОРИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ В 2 Ч. ЧАСТЬ 2. SMM, РЫНОК M&A** 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Музыкант В. Л. - Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Москва).; Российский университет дружбы народов (г. Москва)., 2022 г. - 507 с. - ISBN 978-5-534-14314-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-integrirovannyh-kommunikacij-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-2-smm-rynok-m-a-490449>

3. **НОВОСТНАЯ ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКА**. Учебное пособие для вузов / Авдоница Н. С. - Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова (г. Архангельск)., 2022 г. - 183 с. - ISBN 978-5-534-14337-9 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/novostnaya-internet-zhurnalistika-496937>

Дополнительная литература:

1. **ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ СМИ. ПОДГОТОВКА ТЕКСТОВ** 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Колесниченко А. В. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва)., 2022 г. - 321 с. - ISBN 978-5-534-14550-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnika-i-tehnologiya-smi-podgotovka-tekstov-490135>

2. **СИСТЕМА СМИ: ПРОСВЕТИТЕЛЬСТВО И ЖУРНАЛИСТИКА**. Учебное пособие для вузов / Страшнов С. Л. - Ивановский государственный университет (г. Иваново)., 2022 г. - 173 с. - ISBN 978-5-534-12557-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sistema-smi-prosvetitelstvo-i-zhurnalistika-496191>

3. **ОСНОВЫ БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЯ СМИ** 3-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Иваницкий В. Л. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный
2. Электронно-библиотечная система СПБУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный
3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный
4. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный
5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: arhiv.neicon.ru. - Текст: электронный
6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный
7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный
8. YOung JOurnalists [Электронный ресурс] : информационная справочная система.. - Режим доступа: <https://yojo.ru>. - Текст: электронный
9. [Psychojournal.ru](https://psychojournal.ru) [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://psychojournal.ru>. - Текст: электронный
10. Connect: IT-технологии : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://www.connect-wit.ru/>. - Текст: электронный
11. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>. - Текст: электронный
12. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://digital.gov.ru>. - Текст: электронный
13. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://rkn.gov.ru>. - Текст: электронный
14. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям: профессиональная база данных . - Режим доступа: <http://archive.government.ru/power/66/>. - Текст: электронный
15. Министерство культуры Российской Федерации (Минкультуры России): профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://culture.gov.ru>. - Текст: электронный
16. [PsyJournals.ru](http://psyjournals.ru): профессиональная база данных . - Режим доступа: <http://psyjournals.ru>. - Текст: электронный

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенной специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенный специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета imeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

3. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

| Баллы по дисциплине | 60 и менее | | 61-73 | | 74-90 | | 91-100 | |
|--|------------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--|
| Итоговая оценка по дисциплине | Незачет | | Зачет | | | | | |
| Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня | 50 и менее | 51-60 | 61-67 | 68-73 | 74-83 | 84-90 | 91-100 | |
| | F | Fx | E | D | C | B | A | |

| | | | | |
|--------------------------------------|-----------------|-----------|---------|------------|
| Уровень сформированности компетенций | Не сформированы | Пороговый | Высокий | Повышенный |
|--------------------------------------|-----------------|-----------|---------|------------|

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

| | | | | | | | |
|--|---------------------|-------|-------------------|-------|---------|-------|------------|
| Баллы по дисциплине | 60 и менее | | 61-73 | | 74-90 | | 91-100 |
| Итоговая оценка по дисциплине | Неудовлетворительно | | Удовлетворительно | | Хорошо | | Отлично |
| Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня | <50 | 51-60 | 61-67 | 68-73 | 74-83 | 84-90 | 91-100 |
| | F | Fx | E | D | C | B | A |
| Уровень сформированности компетенций | Не сформированы | | Пороговый | | Высокий | | Повышенный |

9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

Доклад, сообщение/Реферат №1

1. История, развитие и принципы функционирования сети Интернет.
2. Интернет как СМК.
3. Природа Веб. Веб-эволюция. Возникновение Веб 2.0 и идеология социального Интернета. Преимущества использования Веб 2.0.

Собеседование, опрос/Контрольная работа №1

1. Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации.
2. Отличие социальных медиа от традиционных медиа (социальная среда, диалоговая форма, множественность авторов-генераторов контента).
3. Содержание социальных медиа.
4. Пользовательский контент (UGC ? user-generated content).
5. Принципы социальных медиа. Принцип соучастия и коллективный разум.

Коллоквиум/Проект (групповой проект) №1

1. Коллективные и персональные блоги, микроблоги (LiveInternet, Twitter, My.ya, Nabrahabr).
2. Социально-тематические сети (Интернет-форумы).
3. Новостные социальные сайты (News2).
4. Интернет-хосты (Picasa, Flickr, Flamber, Rutube, Youtube).
5. Социальные сайты вопросов и ответов.

Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1

1. Конструирование социальной реальности.
2. Мотивы участия пользователей в предоставлении контента.
3. Принципы формирования сетевого сообщества.
4. Пользовательский текст, мультимедиа контент.
5. Социальная сеть как капитал социального объекта.
6. Принципы действия и инструментарий социальных сетей в Интернет.

Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2

Вариант 1

1. Социальные медиа как ресурс рекламной и PR-деятельности.
2. Социальные медиа как инструмент рекламной и PR-деятельности.
3. Направления рекламной и PR-деятельности в Интернет.
4. Принципы Social Network Relations.
5. Рекламный и PR текст в социальных медиа.

6. Социальный медиаплан.
7. Стиль профессионального общения в Интернет.
8. Модели работы с социальными сетями.

Вариант 2

1. Подкасты аудио и видео (Russian Podcasting, PodFM, LibSyn).
2. Wiki-сервисы (Letopisi, Wikipedia).
3. Социальные закладки (Zakladki.tomsk, Memori, Bobrdobr, Del.icio.us, Rumarkz, Moemesto).
4. Фолксомония. Тэги. Онлайн-игры (Second Life, Lively, World of Warcraft).
5. Социальные сети (Facebook, MySpace, V Kontakte, Одноклассники, Мой Круг).

Задание творческого уровня №1

1. Подготовить ролик и фотографии о студенческой жизни для публикации на сайтах доступа.
2. Написать текст для блога.
3. Подготовить текст для публикации в среде МедиаВики.
4. Отслеживать статистику посещаемости самостоятельно созданной группы.

9.2. Примерный перечень тем курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом

9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: экзамен

Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену (Вопрос № 1)

1. Интернет как СМК.
2. История социальных медиа.
3. Отличия социальных медиа от традиционных СМИ.
4. Функции социальных СМИ.
5. Веб как платформа.
6. Основные принципы Веб 2.0.
7. Классификация Веб 2.0 сервисов.
8. Ролевые особенности участников Веб 2.0.
9. Блоги: виды, функции, возможности профессионального применения.
10. Достоинства и недостатки Веб 2.0.
11. Факторы социализации Веб 2.0.
12. Особенности работы с блогами.
13. Понятие сетевого сообщества в социальных медиа.
14. Особенности генерации контента в социальных медиа.
15. Принципы построения сообщества в социальной сети.
16. Особенности создания коллективного контента.
17. Базовые особенности сетевой коммуникации.
18. Технические особенности социальных медиа.
19. Особенности создания "сильного" аккаунта.
20. Принципы тэггирования в социальных медиа.
21. Проблемы и недостатки Веб 2.0.
22. Принципы действия социальных сетей в Интернет.
23. Принципы создания пользовательского контента.
24. Виртуальные игры и виртуальная реальность.
25. Wiki-сервисы как социальные медиа.

Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос № 2)

1. Разработать словарь терминов, используемых в социальной Интернет-коммуникации

2. Создать и раскрутить собственный блог

3. Создать интернет-форум

4. Подготовить аналитический обзор отличий, существующих между сервисами Веб 1.0 и Веб

| Раздел билета | Компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине | Количество баллов |
|---|----------------------|--|-------------------|
| Вопрос №1 Теоретический вопрос (проверяет знания («знать»), сформированные дисциплиной) | ПК-1 ПК-2 ПК-3 | Знает основы гражданского законодательства, технологии и технику планирования и внутриорганизационной логистики. Знает основы маркетинга, маркетинговых технологий и коммуникаций, методы анализа конкурентоспособности. Соблюдает принципы и методы журналистской работы, профессиональной этики журналиста, правила охраны труда, санитарии и пожарной безопасности в профессиональной деятельности. Знает технологию и технику создания журналистских публикаций, принципы работы с источниками информации и методы ее сбора, знает задачи и методы профессиональной журналистики и профессиональной этики, а также знает источники достоверной информации и методы работы с ней Знает необходимую нормативную документацию профессиональной деятельности, задачи и методы, технологию и технику интервьюирования, его содержательную и структурно-композиционную специфику, знает основы психологии, соблюдает профессиональную журналистскую этику. | 40 |

| Раздел билета | Компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине | Количество баллов |
|---|-------------------------------|---|-------------------|
| <p>Вопрос №2 Практическое задание (проверяет умения («уметь»)), проверяет практические навыки («владеть»)), сформированные дисциплиной)</p> | <p>ПК-1 ПК-2 ПК-3</p> | <p>Профессионально планирует PR-мероприятия по всем видам медиапродукции, осуществляет их бюджетирование, разрабатывает маркетинговые стратегии и тактики в сфере медиа. Профессионально применяет разные виды анализа больших объемов материала, в том числе с применением ИКТ. Соблюдает основы тайм-менеджмента на всех этапах работ с учетом требований организации и технологии процесса.</p> <p>Выполняет полный функционал по разработке концепции деятельности редакции и планирует на основе данной концепции работу редакции. Согласует и внедряет маркетинговую стратегию с обоснованием ценовой политики, бюджетирования спланированных мероприятий. Разрабатывает и презентует управленческие проекты по продвижению медиапродуктов руководству.</p> <p>Профессионально осуществляет работу по определению актуальной тематики СМИ с учетом потребностей целевой аудитории, а также применяет эффективные коммуникационные технологии, принципы сбора необходимой информации для подготовки собственного материала. Анализирует большие объемы информации с применением ИКТ, соблюдает сроки выполнения всех этапов и видов работ в соответствии с требованиями организации и технологическими процессами.</p> <p>Успешно выполняет планирование деятельности редакции, при этом также профессионально осуществляет поиск событий и фактов как основы журналистских и публикационных материалов. Ведет согласование тематики материалов с редакцией. Профессионально изучает специфику освещаемой темы, полученной по заданию редакции, определяет сюжетные линии, разрабатывает и реализует график работ по подготовке и выпуску материалов.</p> <p>Организует работу съемочной группы с точки зрения проведения процесса и технологии интервью с использованием современных ИКТ связи, в том числе работу с фото-, видео-, аудио техник, осуществляет работу в кадре в качестве журналиста..</p> <p>Успешно выполняет согласование деятельности съемочной группы по освещению событий в прямом эфире и он-лайн трансляциях сетевых СМИ в ходе проведения интервью. Осуществляет поиск необходимых контактов с целью получения материала, формулирует порядок и содержание вопросов интервью. Выполняет выезд на места освещаемых событий в качестве журналиста либо организатора работы съемочной группы</p> | <p>60</p> |