

ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. И.А. БУНИНА



«УТВЕРЖДАЮ»

Директор института филологии
и межкультурной коммуникации

 /Гришаева О.Н./

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.ДВ.01.02 СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК КОММУНИКАЦИОННАЯ СРЕДА

(Шифр и полное название дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки: 42.04.02 Журналистика

Направленность (профиль): Медиамаркетинг в средствах массовой информации

Квалификация (степень): Магистр

Форма обучения: очная

Институт: филологии и межкультурной коммуникации

Кафедра: русской филологии и журналистики

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	1		
Семестр/триместр	1		

Лекции	8		
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия	10		
в т. ч. практическая подготовка			
Форма(ы) промежуточной аттестации	экзамен 0,3		
Контроль	9		
Иные формы работы			
Самостоятельная работа	80,7		

Всего часов: 108

Трудоемкость: 3 зачетных единиц.

Разработчик(и) рабочей программы: Харитонов О.А., к.ф.н., доцент

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель изучения дисциплины: формирование знаний принципов функционирования социальных медиа, развитие умений и навыков эффективного использования возможностей социальных медиа в профессиональной деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

-формирование у студентов базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления задач, связанных с работой в социальных сетях;

-формирование навыков самообразования и профессионального совершенствования в ходе изучения новых социальных сервисов и работы с ними.

Место дисциплины в структуре ОПОП: реализуется в рамках вариативной части (части, формируемой участниками образовательных отношений) блока Б1.

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Знать: <ul style="list-style-type: none">- правила командной работы;- необходимые условия для эффективной командной работы.	Знает: <ul style="list-style-type: none">- особенности академического и профессионального делового общения, учитывает их в профессиональной деятельности.
	Уметь: <ul style="list-style-type: none">- планировать командную работу, распределять поручения и делегировать полномочия членам команды;- организовывать обсуждение разных идей и мнений;- предвидеть результаты (последствия) как личных, так и коллективных действий.	Умеет: <ul style="list-style-type: none">- применять современные коммуникативные технологии при поиске и использовании необходимой информации для академического и профессионального общения
	Владеть: <ul style="list-style-type: none">- организацией и управлением командным взаимодействием в решении поставленных целей;- навыками создания команды для выполнения практических задач;- навыками разработки стратегии командной работы;- навыками преодоления возникающих в команде разногласий, споров и конфликтов на основе учета интересов всех сторон.	Владеет: <ul style="list-style-type: none">- навыками эффективно применять вербальные и невербальные средства взаимодействия в профессиональной деятельности.
ПКС-2 Способен разрабатывать концепцию, планировать и реализовывать	Знать: <ul style="list-style-type: none">- принципы разработки концепции медиапроекта (включая моделирование и дизайн), методы ее анализа и корректировки.	Знает: <ul style="list-style-type: none">- творческие решения в процессе создания медиапродукта.

<p>вать авторские проекты в медийной сфере</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать авторские идеи с точки зрения соответствия формату и редакционной политике СМИ, потребностям целевой аудитории. 	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять мониторинг тем и проблем информационной повестки дня; - создавать проекты, востребованные современными условиями.
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способностью прогнозировать перспективы создания и продвижения медиапроекта с позиций временных и финансовых затрат, возможных рисков. 	<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками подготовки к публикации продукта любого уровня сложности с учетом требований конкретной редакции медиа;

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

Очная форма обучения (при наличии)

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
	Раздел 1. Социальные сети: общая характеристика					
1.	Тема 1. Социальные сети как конкурент традиционных медиа		2			2
2.	Тема 2. Методы продвижения бренда редакции СМИ в социальных сетях			2		10
3.	Тема 3. Специфика и методы SMM		2			2
4.	Доклад о популярном журналисте-блогере и его аккаунтах в социальных сетях			2		20
5.	Место социальных сетей в медиaprостранстве журналистики. Методы журналистской работы с социальными сетями		2			2
6.	Трансформация журналистской деятельности в социальных сетях		2			4
	Раздел 2. Социальные сети и региональные СМИ					
7.	Анализ изданий Липецкой области и города Ельца по использованию ресурсов различных социальных сетей			2		20,7
8.	Правовые и нравственные правила ведения блога, профессиональные стандарты журналистской профессии			2		10
9.	Краудсорсинг, краундфандинг и методы монетизации контента в соц. сетях			2		10

10.	<i>Форма отчетности</i>	экзамен				
11.	<i>Итого за 1 семестр</i>					
12.	в т.ч. практическая подготовка					
13.	ИТОГО:		8	10		80,7

Очно-заочная форма обучения (не реализуется)

Заочная форма обучения (не реализуется)

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущая аттестация проводится в форме контрольной работы, теста, реферата, творческого задания, кейса и др.

Типовой вариант контрольной работы

Задание №1. Опишите основные методы продвижения бренда редакции СМИ в социальных сетях.

Задание №2. Проанализируйте практику периодических изданий Липецкой области и города Ельца по использованию ресурсов различных социальных сетей.

Задание №3. Изучите правовые и нравственные правила ведении блога, профессиональные стандарты журналистской профессии.

Задание №4.. Охарактеризуйте краудсорсинг как метод сбора информации. Как решается проблема достоверности сведений в социальных сетях?

Задание №5 Представьте в виде презентации Power Point примеры успешных краудфандинговых проектов в отечественной журналистке и ответьте на вопрос: зачем его используют журналисты, в чем его преимущества и недостатки?

Задание №6. Организуйте дискуссию о перспективах перехода СМИ на «платный контент» в сетевой пространстве, в том числе в социальных сетях.

Задание №7. Проанализируйте журналистскую публикацию, размещенную в социальной сети по следующей схеме: социальная значимость темы, мультимедийная составляющая, интерактивные технологии, основные методы продвижения, вывод-оценка адаптации материала к социальной сети.

Примерная тематика рефератов

1. Напишите доклад о популярном журналисте-блогере и его аккаунтах в социальных сетях (по выбору студентов).
2. Создать новую группу в социальных сетях, завести свой аккаунт и предложить методы их продвижения. Результаты работы оформляются в форме презентации Power Point с использованием скриншотов.
3. Прочитайте и законспектируйте книгу Н. Лумана «Реальность масс-медиа».
4. Концепция "экономики дарения" (gift economy) Дж. Ритцера.
5. Концепция "викиномики" (wikinomics) Т. Тарпскота и Г. Уильямса.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме экзамена, с использованием следующих оценочных материалов:

Вопросы к экзамену (1 семестр, очная форма обучения)

1. Социальная сеть: определение понятия, история возникновения и развития за рубежом и в России.
2. Основные тенденции развития социальных сетей: (взаимопроникновение, объединение и т.п.).
3. Функции социальных сетей.
4. Популярные социальные сети: общая характеристика.
5. Методы журналистской работы с социальными сетями.
6. Информация из сетевых источников. Верификация информации. Инструменты верификации.
7. Методы организации модерирования медиаконтента в социальной сети.
8. Феномен «вирусного редактора» в интернет-пространстве.
9. Понятие краудсорсинга. Методика реализации проектов.
10. Блогосфера как пространство творческой инициативы журналиста. Анализ деятельности популярных блогеров- журналистов.
11. Краудфандинговый проект редакции: цели, формы проведения, социальная значимость.
12. Тенденции развития форм монетизации медиаконтента в социальных сетях.
13. Демократизация медиа и социальные сети: роль «гражданской журналистики».
15. Жанровые формы сетевых СМИ и их модификация в социальных сетях.
16. Интернет как СМК.
17. История социальных медиа.
18. Отличия социальных медиа от традиционных СМИ.
19. Функции социальных СМИ.
20. Веб как платформа.
21. Блоги: виды, функции, возможности профессионального применения.
22. Понятие сетевого сообщества в социальных медиа.
23. Особенности генерации контента в социальных медиа.
24. Принципы построения сообщества в социальной сети.

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Основная литература

1. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 288 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15798-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509768>
2. Федотова, Л. Н. Социология массовых коммуникаций. Теория и практика : учебник для вузов / Л. Н. Федотова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 603 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534- 15379-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510820>

4.2. Дополнительная литература

1. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518819>.
2. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534- 08477-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493447>.

V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	http://evartist.narod.ru/journ.htm	Электронная библиотека изданий по журналистике (авторский проект Екатерины Алеевой)	Свободный доступ
2.	http://edu.ru/	Российское образование: Федеральный портал. Включает ссылки на порталы и сайты образовательных учреждений; государственные образовательные стандарты; нормативные документы; каталог экскурсий и обучающих программ.	Свободный доступ
3.	https://elibrary.ru/	Научная электронная библиотека	

VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	www.garant.ru	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
3.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
4.	www.consultant.ru	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ

5.	https://urait.ru/	Образовательная платформа	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
----	---	---------------------------	--

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice и др.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.