



«УТВЕРЖДАЮ»
Директор института филологии
и межкультурной коммуникации

 /Гришаева О.Н./

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.01.04 СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА

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

Направление подготовки: 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям)

Направленность (профиль): Цифровая журналистика и медиаобразование

Квалификация (степень): бакалавр

Форма обучения: очная

Институт: филологии и межкультурной коммуникации

Кафедра: русской филологии и журналистики

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	2		
Семестр/триместр	3		
Лекции	18		
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия	18		
в т. ч. практическая подготовка			
Форма(ы) промежуточной аттестации	экзамен 0,3		
Контроль	9		
Иные формы работы			
Самостоятельная работа	98,7		

Всего часов: 144

Трудоемкость: 4 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; расширить знания и компетенции студентов в области современных технологий производства и распространения медиаконтента на различных медиаплатформах.

Задачи изучения дисциплины:

- 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.

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 осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знать: <ul style="list-style-type: none">- стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;- особенности поведения разных групп людей, с которыми работает/взаимодействует;	Знает: особенности академического и профессионального делового общения, учитывает их в профессиональной деятельности.
	Уметь: <ul style="list-style-type: none">- определять свою роль в команде;- устанавливать разные виды коммуникации (учебную, деловую, неформальную и др.);- оценивать последствия личных действий и планировать последовательность шагов для достижения заданного результата;	Умеет: применять современные коммуникативные технологии при поиске и использовании необходимой информации для академического и профессионального общения
	Владеть: <ul style="list-style-type: none">- навыками эффективного взаимодействия с другими членами команды, в т.ч. участия в обмене информацией, знаниями и опытом, в презентации результатов работы команды.	Владеет: навыками эффективно применять вербальные и невербальные средства взаимодействия в профессиональной деятельности.
ПКС-1 Способен организовывать профессиональную деятельность и в ее	Знать: <ul style="list-style-type: none">- классификацию жанров в системе журналистики;- современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в печати, на телевидении, в радиовещании, интернет-СМИ и мобильных медиа;	Знает: способы проверки достоверности полученной информации; особенности современных медиапроектов; творческие решения в процессе создания медиапродукта.

процессе создавать авторские медиапродукты с использованием различных знаковых систем для размещения на мультимедийных и цифровых платформах	<ul style="list-style-type: none"> - особенности работы в условиях мультимедийной среды; - методы и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической); - особенности функционирования различных мультимедийных платформ; 	
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах; - использовать современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в печати, на телевидении, в радиовещании, интернет-СМИ и мобильных медиа; - работать в условиях мультимедийной среды; - применять методы и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической); - работать на различных мультимедийных платформах; 	<p>Умеет:</p> <p>осуществлять мониторинг тем и проблем информационной повестки дня;</p> <p>анализировать информацию из источников, находящихся в открытом доступе;</p> <p>создавать проекты, востребованные современными условиями.</p>
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания материалов для массмедиа в определенных жанрах; - навыками установки коммуникативно-информационных связей, используя различные медийные средства и новейшие технологии; - технологией подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической); - навыками работы на различных мультимедийных платформах. 	<p>Владеет:</p> <p>навыками подготовки к публикации журналистского текста (или) продукта любого уровня сложности с учетом требований конкретной редакции СМИ или другого медиа;</p> <p>навыками продвижения и взаимодействия.</p>

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 медиа: общая характеристика					
1.	Тема 1. Социальные сети как конкурент традиционных медиа		2	2		4

2.	Тема 2. Методы продвижения бренда редакции СМИ в социальных сетях		2	2		10
3.	Тема 3. Специфика и методы SMM		2	2		8
4.	Доклад о популярном журналисте-блогере и его аккаунтах в социальных сетях		2	2		20
5.	Место социальных сетей в медиaprостранстве журналистики. Методы журналистской работы с социальными сетями		2	2		8
6.	Трансформация журналистской деятельности в социальных сетях		2	2		8
	Раздел 2. Социальные медиа и региональные СМИ					
7.	Анализ изданий Липецкой области и города Ельца по использованию ресурсов различных социальных сетей		2	2		20,7
8.	Правовые и нравственные правила ведения блога, профессиональные стандарты журналистской профессии		2	2		10
9.	Краудсорсинг, краундфандинг и методы монетизации контента в соц. сетях		2	2		10
...	<i>Форма отчетности</i>	экзамен				
	<i>Итого за 3 семестр</i>					
	в т.ч. практическая подготовка					
	ИТОГО:		18	18		98,7

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 ведения 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 журналистике 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 (3 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> (дата обращения: 02.08.2025)

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>(дата обращения: 02.08.2025)

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> .(дата обращения: 02.08.2025)

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>.(дата обращения: 02.08.2025)

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.