

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
РОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГИДРОМЕТЕОРОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра инновационных технологий управления в государственной сфере и
бизнесе

Рабочая программа дисциплины
СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ

Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования по направлению подготовки

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки - **Реклама и связи с общественностью**

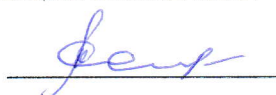
Квалификация:

Бакалавр

Форма обучения

Очная

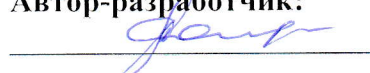
Согласовано
Руководитель ОПОП
«Реклама и связи с
общественностью»

 Фейлинг Т.Б.

Утверждаю
Председатель УМС  И.И. Палкин

Рекомендована решением
Учебно-методического совета
 28.06 2021 г., протокол № 9

Рассмотрена и утверждена на заседании
кафедры 14.04.2021 г., протокол № 10
Зав. кафедрой  Фирова И.П.

Автор-разработчик:
 Фейлинг Т.Б.

Санкт-Петербург 2021

Цель дисциплины – формирование у студентов знаний, навыков и компетенций по использованию сетевых сервисов (Web) в коммуникационной деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

- познакомить студентов с принципами организации и функционирования сетевых сервисов (Web), с особенностями коммуникации и представления информации в социальных сетях;
- привить навыки использования социальных сетей в бизнес - коммуникациях;
- выработать у студентов навыки разработки и реализации SMM-стратегии, анализа и оценки эффективности SMM-стратегии.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Социальные сети как средство коммуникации» относится к части дисциплин ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений; обеспечивает подготовку бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина изучается студентами в 4 семестре, объем дисциплины -72 ак. часа, 2 зачетные единицы.

Необходимой базой для изучения данной дисциплины являются знания, навыки и компетенции, полученные при изучении следующих дисциплин:

«Безопасность и культура общения в социальных сетях», «Интегрированные коммуникации», «Деловые коммуникации».

Знания, полученные при изучении дисциплины «Социальные сети как средство коммуникации» используются в дальнейшем при изучении дисциплин ОПОП, а также в Профессионально-творческой и Преддипломной практиках.

3. Перечень планируемых результатов обучения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-3 (ПК-3.1; ПК-3.3).

Таблица профессиональных компетенций		
ПК-3. Способен сегментировать коммуникационные цели по целевым аудиториям	ПК-3.1 Применяет знания сегментирования целевых аудиторий для разработки коммуникационных обращений	Знать: особенности разработки коммуникационных обращений для целевых аудиторий в сетях интернет Уметь: устанавливать связь с целевыми аудиториями в сетях интернет Владеть: методами разработки коммуникационных обращений для целевых аудиторий в сетях интернет

	ПК-3.3. Оценивает эффективность выбранных каналов и коммуникационного воздействия на целевые аудитории	Знать: особенности сетей интернет как коммуникационных каналов Уметь: осуществлять коммуникационное воздействие на целевые аудитории в сетях интернет Владеть: навыками оценки эффективности коммуникационных воздействий на целевые аудитории в сетях интернет
--	---	--

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа, 2 зачетных единицы

4.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в академических часах)

Объём дисциплины	Всего часов
Общая трудоёмкость дисциплины	72
Контактная работа обучающихся с преподавателями (по видам аудиторных учебных занятий) – всего:	28
в том числе:	
лекции	14
практические занятия	14
Самостоятельная работа (СРС) – всего:	44
в том числе:	
курсовая работа	
контрольная работа	
Вид промежуточной аттестации	зачет

4.2. Структура дисциплины

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр 6	Виды учебной работы, в т.ч. самостоятельная работа студентов, час.			Формы текущего контроля успеваемости	Формируемые компетенции	индикаторы достижений
			Лекции	Семинары	Самост.			
1	Основы интернет-технологий в рекламе и связях с общественностью.	4	2	2	8	Доклады, сообщения	ПК-3	ПК-3.1
2	Блоги и	4	4	4	12	сообщения	ПК-3	ПК-3.1

	социальные сети как каналы коммуникации.					я, задания		ПК-3.3
3	Социальные медиа и аудитория интернет-пространства	4	4	4	12	Доклады, сообщения, задания	ПК-3	ПК-3.1 ПК-3.3
4	Разработка и поиск информации в сетях интернет	4	4	4	12	Доклады, сообщения, задания	ПК-3	ПК-3.1 ПК-3.3
	итого		14	14	44			

4.3. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Основы интернет-технологий в рекламе и в связях с общественностью.

Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет-технологиях.

Разновидности коммуникаций и коммуникантов в Интернете. Электронная коммуникация в системе коммуникационных каналов. Интернет - сервисы, в системе Интернет-коммуникаций. Особенности формирования доменов.

Корпоративный сайт как инструмент для РК коммуникаций. Типология сайтов. Организация корпоративного веб-сайта. Этапы создания корпоративного сайта.

Продвижение сайта: задачи, основные технологии. Электронный бизнес: основные направления. Основные бизнес-модели электронной экономики. Электронный маркетинг-микс. Основные инструменты Интернет — маркетинга. Эволюционные тенденции связей с общественностью в сторону электронных. Влияние воздействия социальных сетей на трансформацию мышления пользователей.

Тема 2. Блоги и социальные сети в как каналы коммуникации

Понятия: блог, блогосфера, блогер, блог-пост, блог-программа, блоггинг.

Основные функции и цели блогов. Типизация блогов. Корпоративные блоги. Оценка эффективности ведения корпоративных блогов. Преимущества и недостатки использования блогов в рекламе и связях с общественностью.

Реализация PR-деятельности в социальных сетях. Мобильные социальные сети: версии и технологии социальных медиа.

Рекламные технологии в социальных сетях. Характеристика, виды интернет-рекламы, таргетинг, ретаргетинг, измерение эффективности рекламы. Медийная, контекстная реклама, размещение рекламы в rss-каналах.

Размещение рекламы в КББ-каналах. Основные рекламные Интернет-форматы.

Тема 3. Социальные медиа и аудитория интернет-пространства

Понятие Интернет - аудитории, пользователи, целевой аудитории, целевых групп. Характеристика мировой аудитории социальных сетей. Способы описания целевой аудитории. Способы оценки Интернет-аудитории. Характерные черты Интернет - аудитории России.

Понятие, объекты, базисные субъекты, источники, способы распространения, типы авторства электронного текста. Основные свойства электронного текста. Основные требования к электронным документам. Электронный гипертекст, гиперссылки, электронные издания. SEO — поисковая оптимизация.

Тема 4. Поиск информации в www мониторинг интернета

Поисковые инструменты для работы в Интернет (WWW). Основные способы поиска информации. Основные виды Интернет - поиска. Программные компоненты поисковых систем. Типы поисковых машин. Поиск информации в основных поисковых системах. Мониторинг Интернета: понятие, основные методы и инструменты.

Особенности разработки информационных посланий для сетей Интернет. Уровни правового регулирования Интернета. Основные законодательные акты Российской Федерации, регулирующие интернет-деятельность. Международное регулирование Интернет. Межгосударственные проблемы использования Интернет. Защита сетевых электронных публикаций.

4.4. Содержание занятий семинарского типа

Содержание практических занятий

№ темы	Наименование практических занятий	Всего часов	
Тема 1. Основы интернет-технологий в рекламе и связях с общественностью.	Эволюция в Интернет-технологиях. Влияние воздействия социальных сетей на трансформацию мышления пользователей	2	
Тема 2. Блоги и социальные сети как каналы коммуникации.	Корпоративный сайт как инструмент для РК коммуникаций. Корпоративные блоги. PR-деятельности в социальных сетях. Рекламные технологии в социальных сетях.	4	
Тема 3. Социальные медиа и аудитория	Интернет - аудитории Электронная коммуникация в системе коммуникационных	4	

интернет-пространства	каналов Social media. Электронный PR-текст. Интернет - сервисы, в системе Интернет-коммуникаций SEO - поисковая оптимизация		
Тема 4. Разработка и поиск информации в сетях интернет	Основные способы поиска информации. Уровни правового регулирования Интернета	4	
итого		14	

5. Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Для эффективного освоения курса дисциплины и сформированности заявленных компетенций темы дисциплины сопровождаются методическими материалами (методические указания к самостоятельной работе, практикум, др. учебные и методические материалы), которые размещены в электронном виде на кафедре ИТУвГСБ.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Учет успеваемости обучающегося по дисциплине осуществляется по 100-балльной шкале.

Максимальное количество баллов по дисциплине за один семестр – 100:
максимальное количество баллов за выполнение всех видов текущего контроля - 70;
максимальное количество баллов за посещение лекционных занятий - 10;
максимальное количество баллов за прохождение промежуточной аттестации - 20;
максимальное количество дополнительных баллов - 10

6.1. Текущий контроль

Типовые задания, методика выполнения и критерии оценивания текущего контроля по разделам дисциплины представлены в Фонде оценочных средств по данной дисциплине. Фонды оценочных средств входят в состав РПД на правах отдельного документа.

6.2. Промежуточная аттестация.

Промежуточная аттестация проводится в виде зачёта.

Планируемые результаты обучения: формирование компетенций: ПК-3.

Перечень вопросов к зачёту:

ПК-3.1; ПК-3.3

1. Понятие Интернета и социальных сетей, их роль в рекламе и в системе связей с общественностью.
2. Эволюционные процессы в Интернет-технологиях и социальных сетях.

3. Интернет, как основа для развития Socila media.
4. Влияние воздействия социальных сетей на трансформацию мышления пользователей.
5. Разновидности коммуникаций и коммуникантов в Интернете.
6. Электронная коммуникация в системе коммуникационных каналов.
7. Интернет - сервисы, в системе Интернет-коммуникаций.
8. Особенности формирования доменов.
9. Понятие Интернет - аудитории, пользователи, целевой аудитории, целевых групп.
10. Характеристика мировой аудитории социальных сетей.
11. Способы описания целевой аудитории.
12. Способы оценки Интернет-аудитории.
13. Характерные черты Интернет-аудитории России.
14. Основные свойства электронного текста. Основные требования к электронным документам.
15. Понятие Интернет-рекламы, принцип Действия, задачи.
16. Основные виды и преимущества Интернет-рекламы.
17. Основные характеристики Интернет-рекламы. Стандартный таргетинг.
18. Основные типы ретаргетинга.
19. Измерение эффективности рекламной Интернет-кампании.
20. Контекстная реклама (текстовые объявления).
21. Размещение рекламы в ВЭБ-каналах.
22. Основные рекламные Интернет-форматы.
23. Понятия: блог, блогосфера, блогер, блог-пост.

6.3. Балльно-рейтинговая система оценивания

Распределение баллов по видам учебной работы

Вид учебной работы, за которую ставятся баллы	Баллы
Посещение лекционных занятий	10
Практические задания	60
Доклады	10
Промежуточная аттестация	20
ИТОГО	100

Распределение дополнительных баллов

Дополнительные баллы (баллы, которые могут быть добавлены до 100)	Баллы
Участие в конференции	10
ИТОГО	10

Минимальное количество баллов для допуска до промежуточной аттестации составляет 40 баллов при условии выполнения всех видов текущего контроля.

Балльная шкала итоговой оценки на зачете

Оценка	Баллы
Зачтено	40-70
Не зачтено	0-39

7. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации ко всем видам аудиторных занятий, а также методические рекомендации по организации самостоятельной работы, в том числе по подготовке к текущему контролю и промежуточной аттестации представлены в Методических рекомендациях для обучающихся по освоению дисциплины «Социальные сети как средство коммуникации».

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Касьянов, В. В. Социология интернета: учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов, В. Н. Нечипуренко. - М. : Издательство Юрайт, 2017. – 424 с. - Режим доступа: http://urait.ru/uploads/pdf_review/1FC050FB-E8F2-42A2-8D2E-40CA44E48704.pdf

2. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 260 с.: ISBN 978-5-394-02257-9 - Режим доступа:

<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415250>

б) Дополнительная литература:

1. Манько, Ю. В. Основы социологии молодежи [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. В. Манько, К. М. Оганян. – СПб. : СПбГИЭУ, 2005. - 457 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=392177>

2. Обухов К.Н. Интернет как технологическое основание сетевых форм коммуникации / Вестник Удмуртского университета. Серия 3. Философия. Социология. Психология. Педагогика, Вып. 1, 2010- Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=525955>

3. Корнилов Е.А. Массовые коммуникации на рубеже тысячелетий: монография. Москва: Флинта: Наука, 2013. - 255 с. - <http://znanium.com/catalog/product/455346>

в) программное обеспечение и:

1. MS Office2000/XP;

Перечень профессиональных баз данных

1. Электронно-библиотечная система elibrary;
2. База данных Web of Science
3. База данных Scopus
4. СПС Консультант Плюс

2. Перечень информационных справочных систем

1. <http://www.consultant.ru/> - КонсультантПлюс
2. <http://www.garant.ru/> - Гарант

3. Перечень профессиональных баз данных

1. Электронно-библиотечная система elibrary;
2. База данных издательства SpringerNature;
3. База данных Web of Science
4. База данных Scopus

4. Интернет-ресурсы

<http://vk.com>

<https://facebook.com/>

<http://www.livejournal.com>

Библиотека электронная: <https://znanium.com>

Юрайт. Образовательная платформа: <https://urait.ru/news>

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение программы соответствует действующим санитарно-техническим и противопожарным правилам и нормам и обеспечивает проведение всех видов лекционных, практических занятий и самостоятельной работы бакалавров.

Учебный процесс обеспечен аудиториями, комплектом лицензионного программного обеспечения, библиотекой РГГМУ.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для проведения занятий практического типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук).

Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, презентационной переносной техникой (проектор, экран, ноутбук),

Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью.

10. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития,

индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом учитываются рекомендации, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.

11. Возможность применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий

Дисциплина может реализовываться с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.