

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Социологический факультет

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
Ивченков С.Г.

"30" 09 2021 г.

Рабочая программа дисциплины

СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА

Направление подготовки бакалавриата
39.03.03. «Организация работы с молодежью»

Квалификация (степень) выпускника
бакалавр

Форма обучения
очная

Саратов,
2021

Статус	ФИО	Подпись	Дата
Преподаватель-разработчик	Кочнев А. А.		30.09.2021
Председатель НМК	Никифоров Я. В.		30.09.2021
Заведующий кафедрой	Ивченков С.Г.		30.09.2021
Специалист Учебного управления	Севастьян Н.В.		30.09.2021

1. Цели освоения дисциплины

Задачей освоения курса «Социальные медиа» является рассмотрение специфики социальных медиа, как инструмента для проведения работы по формированию интереса к молодежной сфере или привлечения внимания к социально-значимым проблемам молодежи различных групп общественности, с целью эффективной реализации государственной молодежной политики, как на федеральном, так и на региональном уровне.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Социальные медиа» относится к дисциплинам по выбору (Б1.В.ДВ.3) части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана ООП по направлению 39.03.03 Организация работы с молодежью. Учебная дисциплина «Социальные медиа» логически взаимосвязана с другими частями ООП основывается на знаниях дисциплин (Информационное обеспечение работы с молодежью, Социальный маркетинг, ПР и реклама в сфере молодежной политики). Изучение дисциплины планируется в 5 семестре.

3. Результаты обучения по дисциплине «Социальные медиа»

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-2. Способен владеть навыками организации информационного обеспечения решения задач молодежной политики.	ИПК-2.1. Разрабатывает информационно-рекламные материалы, презентации по организации мероприятий в сфере молодежной политики.	Знать: теоретические особенности функционирования социальных медиа в молодежной сфере. Уметь: проводить работу по популяризации по информированию молодежной аудитории посредством специализированных каналов распространения информации. Владеть: технологиями презентации результатов мероприятий в области молодежной сферы посредством социальных медиа.
ПК-12. Способен к реализации маркетинговых технологий с целью формирования и	ПК-12.1 Применяет маркетинговые технологии	Знать: особенности электронных ресурсов для формирования спроса на социальные услуги среди молодежной аудитории.

<p>развития рынка социальных услуг молодежи, привлечения внимания к социальным проблемам молодежи, формирования позитивного имиджа работы с молодежью и реализующих ее специалистов.</p>	<p>с целью формирования спроса и обеспечения адекватного предложения социальных услуг.</p> <p>ПК-12.2 Проведение работы по продвижению и популяризации позитивного опыта реализации социальных услуг в сфере молодежной политики.</p>	<p>Уметь: использовать маркетинговые технологии для формирования спроса и обеспечения адекватного предложения социальных услуг.</p> <p>Владеть навыками проведения работы по продвижению и популяризации позитивного опыта реализации социальных услуг в сфере молодежной политики</p>
--	---	--

4. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы 108 часов

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестр а	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Формы текущего контроля успеваемости и (по неделям семестра) Формы промежуточ ной аттестации (по семестрам)	
				Лекции	Практические	СР		
					Общая трудое мкость	Из них практи ческая подгот овка		
1	Социальные медиа: объект и предмет дисциплины, задачи и функции.	5	1,2,3,4	5	6	—	7	Опрос

2	Интернет как коммуникационная среда	5	5,6,7,8	5	6	—	7	Дискуссия
3	Социальные медиа в сети Интернет	5	9,10,11,12,	5	6	—	7	Дискуссия
4	Сервисы социальных медиа	5	13,14	5	6	—	7	Доклад
5	Социальные объекты в Интернет	5	15	5	6	—	7	Дискуссия
6	Социальные медиа в профессиональной деятельности	5	16	3	6	—	7	Дискуссия
	Итого: 108 часов			30	36	—	42	Зачет
	Промежуточная аттестация	1						
	Общая трудоемкость дисциплины	108 часов						

В соответствии с «Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры» по образовательным программам могут проводиться учебные занятия следующих видов, включая учебные занятия, направленные на проведение текущего контроля успеваемости:

лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации преподавателем, обучающимся;

семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия;

курсовое проектирование (выполнение курсовых работ) по одной или нескольким дисциплинам (модулям);

групповые консультации;

индивидуальные консультации и иные учебные занятия, предусматривающие индивидуальную работу преподавателя с обучающимся (в том числе руководство практикой);

самостоятельная работа обучающихся.

Организация может проводить учебные занятия иных видов.

Содержание учебной дисциплины

Тема 1 Социальные медиа: объект и предмет дисциплины, задачи и функции. Теоретическое обоснование понятия социальные медиа. Объект и предмет. Основные задачи и функции курса.

Тема 2. 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.

Тема № 3 Социальные медиа в сети Интернет. 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 socialnetworking (знакомство, личное общение), collaborationwork коллаборативное творчество, совместная работа с информацией, её создание и преобразование), scialknowledgebases (публикация контейнеров контента, не связанных хронологически), socialinformationbroadcasting, uniquecontentcreation (создание уникального контента), resharing (распространение чужого контента).

Тема № 4 Сервисы социальных медиа

Коллективные и персональные блоги, микроблоги (LiveInternet, Twitter, My.ya, Nabrahabr). Социально-тематические сети (Интернет-форумы). Новостные социальные сайты (News2). Интернет-хосты Социальные сайты вопросов и ответов. Подкасты. Wiki-сервисы (Letopisi, Wikipedia). Социальные закладки (Zakladki.tomsk, Memori, Bobrdobr, Del.icio.us, Rumarkz, Moemesto). Фолксномия. Тэги. Онлайн-игры (Second Life, Lively, World of Warcraft). Социальные сети (Facebook, MySpace, Vkontakte, Одноклассники, Мой Круг, Instagram и т.д.)

Тема 5. Социальные объекты в Интернет: 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.

Тема № 6 Социальные медиа в профессиональной деятельности
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.

Темы семинарских занятий

Интерактивный семинар № 1. Социальные медиа: объект и предмет дисциплины, задачи и функции

Цель рассмотреть основные задачи курса

Вопросы для обсуждения:

1. Объект дисциплины
2. Предмет дисциплины
3. Области применения знаний

Образовательные технологии: обсуждения, опрос

Задание для самостоятельной работы - разработать области применения социальных сетей в молодежной политике.

Интерактивный семинар № 2. Интернет как коммуникационная среда

Цель рассмотреть особенности и основные этапы развития Сети Интернет.

Вопросы для обсуждения:

1. История создания
2. Основные этапы развития Сети Интернет в России
3. Структура и сервисы, услуги

Темы дискуссии:

Перспективы развития сети Интернет. Роль сети Интернет в формировании молодежной политики

Образовательные технологии: обсуждения, дискуссия

Задание для самостоятельной работы. Видеолекция Лекция 2: История сети Internet https://www.youtube.com/watch?v=pdH_ndj63hs Курс в Национальном Открытом Университете "ИНТУИТ":

Интерактивный семинар № 3 Социальные медиа в сети Интернет

Вопросы для обсуждения:

Цель: рассмотреть специфику социальных медиа и их отличия от традиционных СМИ

1. Социальная среда,
2. Диалоговая форма, множественность авторов-генераторов контента
3. Содержание социальных медиа

Образовательные технологии: дискуссия

Тема дискуссии: Отличие традиционных медиа от Социальных сетей

Задание для самостоятельной работы: Посмотреть видеолекцию: Социальные медиа. Артем Сенаторов. Форум «МЕДЬ» <https://yandex.ru/video/preview/?text=%D0%A1%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5%20%D0%BC>

https://www.vital.com.ua/production-app-host-man-web-yp-254&wiz_type=vital&filmId=297008202563857690

Интерактивный семинар № 4 Особенности сервисов социальных медиа.

Вопросы для обсуждения

1. Коллективные и персональные блоги, микроблоги.
2. Социально-тематические сети

Образовательные технологии: доклад

Темы докладов

1. Новостные социальные сайты
2. Интернет-хосты
3. Социальные сайты вопросов и ответов.
4. Подкасты
5. Социальные сети (Facebook, MySpace, Vkontakte, Одноклассники, Instagram, Twitter)

Задание для самостоятельной работы. Проанализировать социальную сеть (Контент, аудитория, сервисы)

Интерактивный семинар № 5 Социальные объекты в Интернет: конструирование социальной реальности.

Цель – проанализировать специфику аудитории социальных сетей, как объектов конструирования социальной реальности.

Вопросы для обсуждения

1. Особенности аудиторий социальных сетей.
2. Принципы анализа аудитории в социальных сетях.
3. Особенности восприятия информации аудиториями разных социальных сетей.

Образовательные технологии: дискуссия

Темы дискуссии:

1. Переупаковка контента для разных социальных сетей исходя из предпочтений аудитории и паттернов ее поведения.
2. Социально-демографические и географические характеристики аудитории социальных сетей.

Задание для самостоятельной работы: Прочитать книгу: Лямин, А. В. Использование социальных сетей в образовании / А. В. Лямин, А. Р. Хоботова, М. С. Чежин. — Санкт-Петербург : Университет ИТМО, 2015. — 67 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/66487.html> (дата обращения: 04.01.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Интерактивный семинар № 6. Социальные медиа в профессиональной деятельности

Цель: рассмотреть специфику использования социальных медиа в профессиональной деятельности

Вопросы для обсуждения.

1. Использование классического маркетинга при работе в социальных сетях.
2. SMM как совокупность мер по продвижению товаров, услуг, брендов, формированию имиджа и анализу аудитории.
3. Использование рекламного инструментария при работе с социальными сетями.
4. Отличия маркетинговых приемов в разных социальных сетях.
5. Стратегия и методы вирусного маркетинга в социальных сетях. Особенности скрытого маркетинга

Образовательные технологии: дискуссия

Темы дискуссии.

1. Поиск информации, работа с очевидцами, работа с пользовательским контентом.
2. Работа с негативом, понятие «обратной связи» в социальных сетях.
3. Причины появления негатива.
4. Естественный негатив. Направленный негатив. Методики опровержения источников негатива.
5. Методики нейтрализации негатива.
6. Работа с лидерами мнений и бренд-амбассадорами

Задания для самостоятельной работы. Прочитать книгу алилов, Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 226 с. — ISBN 978-5-91657-759-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/39262.html> (дата обращения: 25.12.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины (модуля)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки **39.03.03 - Организация работы с молодежью** реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (социологический учебный практикум, деловые и ролевые игры, тренинги, решение проблемной ситуации мозговой атакой, рефераты и доклады, защита проектов) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков студентов. В учебном курсе предусмотрено знакомство и деятельностью Центра региональных социологических исследований социологического факультета СГУ, мастер-классы экспертов и специалистов.

Для студентов с ограниченными возможностями здоровья предусмотрены электронные варианты учебных пособий по дисциплине, программное обеспечение и Интернет-ресурсы. При необходимости

студентам могут быть предоставлены презентации на электронном носителе с возможностью просмотра на ноутбуке или планшете.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Итоговые вопросы к курсу

1. Социальные медиа: объект и предмет дисциплины, задачи и функции.
2. Теоретическое обоснование понятия социальные медиа.
3. Объект и предмет. Основные задачи и функции курса.
4. Интернет как коммуникационная среда
5. История, развитие и принципы функционирования сети Интернет.
6. Социальные медиа в сети Интернет
7. Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации.
8. Отличие социальных медиа от традиционных медиа
9. Принципы социальных медиа.
10. Принцип соучастия и коллективный разум.
11. Формы социальных медиа
12. Сервисы социальных медиа
13. Коллективные и персональные блоги.
14. Социально-тематические сети
15. Новостные социальные сайты
16. Интернет-хосты
17. Социальные сайты вопросов и ответов.
18. Подкасты
19. Социальные сети
20. Социальные объекты в Интернет
21. Конструирование социальной реальности.
22. Мотивы участия пользователей в предоставлении контента.
23. Принципы формирования сетевого сообщества.
24. Пользовательский текст, мультимедиа контент.
25. Социальная сеть как капитал социального объекта.
26. Принципы действия и инструментарий социальных сетей в Интернет.
27. Социальные медиа как ресурс рекламной и PR-деятельности.
28. Социальные медиа как инструмент рекламной и PR-деятельности.
29. Направления рекламной и PR-деятельности в Интернет.
30. Принципы SocialNetworkRelations.
31. Рекламный и PR текст в социальных медиа.
32. Социальный медиаплан. С
33. тиль профессионального общения в Интернет.
34. Модели работы с социальными сетями.

7. Данные для учета успеваемости студентов в БАРС

Таблица 1.1 Таблица максимальных баллов по видам учебной деятельности.

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Семестр	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Автоматизированное тестирование	Другие виды учебной деятельности	Промежуточная аттестация	Итого
5	10	0	20	30	0	10	30	100

Программа оценивания учебной деятельности студента

5 семестр

Лекции

Посещаемость, опрос, активность, дискуссия и др. за один семестр – от 0 до 10 баллов.

Лабораторные занятия

Не предусмотрены.

Практические занятия

Контроль выполнения практических заданий, выступление на практических занятиях в течение одного семестра - от 0 до 20 баллов.

Самостоятельная работа

1. Самостоятельная работа №1 (дискуссия) (от 0 до 15 баллов).

2. Самостоятельная работа №2 (доклад) (от 0 до 15 баллов).

Автоматизированное тестирование

Не предусмотрены.

Другие виды учебной деятельности

Виды учебной деятельности, не вошедшие в предыдущие колонки таблицы - от 0 до 10 баллов. (э, реферат)

Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация – зачет 0- 30 баллов (от 0 до 15 баллов – «не зачтено», от 15 до 30 – «зачтено»).

Таким образом, максимально возможная сумма баллов за все виды учебной деятельности студента за 5 семестр по дисциплине «Социальные медиа» составляет

100 баллов.

Таблица 2.1 Таблица пересчета полученной студентом суммы баллов по дисциплине «Социальные медиа» в оценку (зачет):

50 баллов и более	«зачтено» (при недифференцированной оценке)
меньше 50 баллов	«не зачтено»

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины «Социальные медиа»

а) литература:

1. Полуэхтова, И. А. Социология массовой коммуникации. Часть 1 [Электронный ресурс] : курс лекций / И. А. Полуэхтова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский гуманитарный университет, 2012. — 96 с. — 978-5-98079-836-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14530.html>
2. Баранова, Е. В. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е. В. Баранова. — Электрон. текстовые данные. — Минск : Вышэйшая школа, 2012. — 174 с. — 978-985-06-2072-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/20279.html>
3. Доброзракова, Г. А. Современные теории массовой коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. А. Доброзракова. — Электрон. текстовые данные. — Самара : Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 93 с. — 978-5-906605-48-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71884.html>
4. Чепкина, Э. В. Проблемы толерантности в средствах массовой информации [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Э. В. Чепкина. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 116 с. — 978-5-7996-1898-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66580.html>
5. Киселёв, А. Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью» / А. Г. Киселёв. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 431 с. — 978-5-238-01742-6. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81693.html>
7. Аверченков, В. И. Мониторинг и системный анализ информации в сети Интернет [Электронный ресурс] : монография / В. И. Аверченков, С. М. Рощин. — Электрон. текстовые данные. — Брянск : Брянский государственный технический университет, 2012. — 160 с. — 5-89838-188-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/7001.html>
8. Дзялошинский, И. М. Российские медиа: проблемы вражды, агрессии, насилия [Электронный ресурс] : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. — Электрон. текстовые данные. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 519 с. — 978-5-4486-0721-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80925.html>

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент» Режим доступа: <http://ecsosman.hse.ru/>
2. Официальный сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения» Режим доступа: <https://wciom.ru/>
3. Официальный сайт Министерства молодежной политики и спорта Саратовской области. Режим доступа: <http://www.minmolodsport.saratov.gov.ru/>
4. Президент России молодым ученым и специалистам. Режим доступа: www.youngscience.com
5. Всероссийский инновационный конвент. Режим доступа: www.iconvention.ru
6. Международный молодежный форум. Режим доступа: «Селигер» www.interseliger.com
7. Зворыкинский проект. Режим доступа: www.zv.innovaterussia.ru –
8. Проект Ты–предприниматель Режим доступа: www.molpred.ru
9. О проекте Артпарад. Режим доступа: www.fadm.gov.ru/projects/art/

Лицензионное программное обеспечение:

210 аудитория: Windows 10, Lazarus 0.9Л6, Gimp 2.6Л 2-2, Microsoftoffice 2016, Microsoft VisualStudio 2015, StarUML 5.0.2.1570, R for Windows 2.10.0, Microsoft SQL Server 2008 R2, Free Pascal, Notepad++, Антивирус Kaspersky

301 аудитория: Windows 7 Professional, Windows 10, Office Professional Plus, SPSS Statistica 19, Sociometry Pro, Nero v10, WinRAR

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины «Социальные медиа»

Социологический факультет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Учебный процесс реализуется в VII корпусе ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского» в 19 аудиториях (105, 110, 112, 201, 206, 207, 208, 209, 210, 212, 215, 301, 302, 304, 306, 309, 311, 401, 402), оборудованных для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также для самостоятельной работы магистрантов.

Учебные аудитории 201, 208, 212 и 216 укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (интерактивные доски и мультимедиа-проекторы), аудитории 210 и 301

оборудованы экраном (телевизором) и мультимедиа-проекторами. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие примерным программам дисциплин (модулей), рабочим учебным программам дисциплин (модулей). Для самостоятельной работы студентов имеются компьютерные классы в 301 и 210 аудиториях VII корпуса СГУ с доступом к сети Интернет, оснащенные лицензионным программным обеспечением, обновляемым по необходимости.

В том числе для осуществления практической подготовки студентов, включает в себя:

Центр региональных социологических исследований, оснащенный компьютерами, лицензионным программным обеспечением, позволяющим проводить социологические исследования и производить обработку полученных данных, расположенный по адресу: г. Саратов, ул. Б. Казачья, 120, ауд.306;

Научно-методический центр по работе с молодежью, расположенный по адресу: г. Саратов, ул. Б. Казачья, 120, корпус 7, ком. 204.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению **39.03.03- «Организация работы с молодежью»** (бакалавриат)

Автор

кандидат социологических наук,
доцент кафедры социологии молодежи

А.А. Кошелев

Программа одобрена на заседании кафедры социологии молодежи от 30 сентября 2021 года, протокол № 2.