

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 24.06.2022 13:56:26

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт Институт экономики предприятий

Кафедра Прикладной информатики

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 9 от 31 мая 2022 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины	Б1.В.ДЭ.03.01 Технологии работы в социальных сетях
Основная профессиональная образовательная программа	42.03.01 Реклама и связи с общественностью программа Диджитал реклама, связи с общественностью и медиа-коммуникации

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Самара 2022

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Технологии работы в социальных сетях входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору) блока Б1.Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Философия, История (история России, всеобщая история)

Последующие дисциплины по связям компетенций: Оценка стоимости бизнеса, Ценообразование в рекламном бизнесе, Медийный ландшафт и медиапотребление, Рынок рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом, Управление рисками, Консультационный проект, Теория и практика диджитал рекламы

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Технологии работы в социальных сетях в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Универсальные компетенции (УК):

УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
УК-1	<p>УК-1.1: Знать:</p> <p>основные принципы поиска, сбора, отбора, обработки и обобщения необходимой информации; виды задач по различным видам запросов; возможные варианты решения поставленной задачи</p>	<p>УК-1.2: Уметь:</p> <p>анализировать задачи, выделяя их базовые составляющие; осуществлять поиск информации для решения поставленных задач; определять и ранжировать информацию, требуемую для решения поставленных задач; осуществлять поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; при обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать собственные мнения и суждения, аргументировать свои выводы и точку зрения; рассматривать и предлагать возможные варианты решения</p>	<p>УК-1.3: Владеть (иметь навыки):</p> <p>навыками обработки информации, интерпретаций, оценки, формирования собственного мнения и суждения, аргументации своих выводов, в том числе с применением философского, мировоззренческого и нравственного понятийного аппарата</p>

		поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	
--	--	---	--

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-1 - Способен разрабатывать и реализовать стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-1	ПК-1.1: Знать:	ПК-1.2: Уметь:	ПК-1.3: Владеть (иметь навыки):
	функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; методы управления коммерческой информацией; основы проведения исследования и анализа рыночной среды в Интернет; специализированные маркетинговые программные продукты	осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; применять методы анализа рыночной информации в виртуальной среде; уметь применять методы интернет-маркетинга с целью повышения эффективности деятельности предприятия в конкурентной среде; применять основные методы продвижения сайта	навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций; навыками принятия оперативных и релевантных конкурентной среде управленческих решения; базовыми навыками электронной коммерции; навыками разработки маркетинговой стратегии и реализации рекламной кампании в Интернете

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 4
Контактная работа, в том числе:	36.15/1
Занятия лекционного типа	18/0.5
Лабораторные работы (лабораторный практикум)	18/0.5
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	53.85/1.5
Промежуточная аттестация	18/0.5
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Технологии работы в социальных сетях представлен в

таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа	ИКР	ГКР		
			Лаборат. работы				
1.	Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет-технологиях. Блоги и социальные сети	8	10	0,075		26,92	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
2.	Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы	10	8	0,075		26,92	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
	Контроль	18					
	Итого	18	18	0.15		53.85	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет - технологиях. Блоги и социальные сети	лекция	Развитие электронной коммуникации. Количественные и качественные характеристики социальных сетей.
		лекция	Социальные сети как форма общественного диалога и массовых коммуникаций
		лекция	Понятия и виды социальных сетей. Социальные сети общей тематики.
		лекция	Международные соцсети в основном с русскоязычной аудиторией. Сети для обмена мгновенными сообщениями, блоги. Деловые, профессиональные соцсети.
2.	Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети	лекция	Поисковые инструменты для работы в WWW. Основные способы поиска информации. Основные виды Интернет - поиска. Программные компоненты

Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы		поисковых систем.
	лекция	Уровни правового регулирования Интернета. Основные законодательные акты РФ, регулирующие Интернет-деятельность. Международное регулирование Интернета. Межгосударственные проблемы использования Интернета. Защита сетевых электронных публикаций. Влияние воздействия социальных сетей на трансформацию мышления пользователей.
	лекция	Организация вычислительных процессов в облачных технологиях.
	лекция	Электронное правительство.
	лекция	Электронные платежные системы.

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет - технологиях. Блоги и социальные сети	лабораторные работы	Области использования социальных сетей для конкретных целей и задач.
		лабораторные работы	Области использования социальных сетей для конкретных целей и задач.(продолжение)
		лабораторные работы	Поиск информации для разработки своего сайта.
		лабораторные работы	Разработка структуры своего сайта
2.	Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы.	лабораторные работы	Создания сайта, используя любой из бесплатных конструкторов, доступных в сети Интернет
		лабораторные работы	Изучить возможности расширенного поиска и языка запросов наиболее популярных поисковых систем Яндекс и Google.
		лабораторные работы	Использование нескольких поисковых систем для достижения лучшего результата
		лабораторные работы	Расширенный поиск и сложные запросы для поиска информации
		лабораторные работы	Работа с офисными документами в облаке Предоставление доступа к совместной работе с офисными документами в облаке

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

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в

форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет - технологиях. Блоги и социальные сети	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Чугунов, А. В. Социальная информатика : учебник и практикум для вузов / А. В. Чугунов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09010-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469862>

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

5.6. Лаборатории и лабораторное оборудование

Лаборатория информационных технологий в профессиональной деятельности	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ Лабораторное оборудование
---	--

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Технологии работы в социальных сетях:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное
--------------	----------------	--------------------

		знаком « + »
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Устный/письменный опрос	+
	Тестирование	+
	Практические задачи	+
	Оценка контрольных работ (для заочной формы обучения)	+
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГАОУ ВО СГЭУ, протокол № 9 от 31.05.2022; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Универсальные компетенции (УК):

УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	УК-1.1: Знать:	УК-1.2: Уметь:	УК-1.3: Владеть (иметь навыки):
	основные принципы поиска, сбора, отбора, обработки и обобщения необходимой информации; виды задач по различным видам запросов; возможные варианты решения поставленной задачи	анализировать задачи, выделяя их базовые составляющие; осуществлять поиск информации для решения поставленных задач; определять и ранжировать информацию, требуемую для решения поставленных задач; осуществлять поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; при обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать собственные мнения и суждения, аргументировать свои выводы и точку зрения; рассматривать и предлагать возможные варианты решения	навыками обработки информации, интерпретаций, оценки, формирования собственного мнения и суждения, аргументации своих выводов, в том числе с применением философского, мировоззренческого и нравственного понятийного аппарата

		поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	
Пороговый	возможности обработки собранной информации для решения профессиональных задач.	систематизировать и интерпретировать полученную информацию для решения профессиональных задач.	приемами решения профессиональных задач на основе результатов, полученных в результате анализа и обработки собранной информации
Стандартный (в дополнение к пороговому)	возможности обработки собранной информации для решения профессиональных задач с использованием прикладного программного обеспечения.	систематизировать и интерпретировать полученную информацию для решения профессиональных задач с использованием прикладного программного обеспечения.	приемами решения профессиональных задач на основе результатов, полученных в результате анализа и обработки собранной информации с использованием прикладного программного обеспечения
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	возможности обработки собранной информации для решения профессиональных задач с использованием цифровых технологий.	систематизировать и интерпретировать полученную информацию для решения профессиональных задач с использованием цифровых технологий.	приемами решения профессиональных задач на основе результатов, полученных в результате анализа и обработки собранной информации с использованием цифровых технологий

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-1 - Способен разрабатывать и реализовать стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-1.1: Знать:	ПК-1.2: Уметь:	ПК-1.3: Владеть (иметь навыки):
	функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; методы управления коммерческой	осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; применять методы анализа рыночной информации в виртуальной среде; уметь применять методы интернет-маркетинга с целью повышения	навыками участия в организации внутренних и внешних коммуникаций; навыками принятия оперативных и релевантных конкурентной среде управленческих решения; базовыми навыками электронной коммерции; навыками разработки маркетинговой стратегии и реализация рекламной кампании в

	информацией; основы проведения исследования и анализа рыночной среды в Интернет; специализированные маркетинговые программные продукты	эффективности деятельности предприятия в конкурентной среде; применять основные методы продвижения сайта	Интернете
Пороговый	основные характерные черты сетевой коммуникации	осуществлять сетевую коммуникацию	навыками сетевой коммуникации
Стандартный (в дополнение к пороговому)	основной функционал социальных сетей	осуществлять интернет-маркетинг	навыками интернет-маркетинг
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	основные функции и мероприятия продвижения	осуществлять мероприятия продвижения	навыками работы с мероприятия продвижения

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет - технологиях. Блоги и социальные сети	УК-1.1, УК-1.2, УК- 1.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Оценка академических эссе практические работы Тестирование	Зачет
2.	Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы	УК-1.1, УК-1.2, УК- 1.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Оценка академических эссе практические работы Тестирование	Зачет

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
1. Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные	1. Социальные сети в контексте информационного общества: определение понятия, основные характеристики и функции, специфика социальных сетей как средства коммуникации. 2. Этапы развития коммуникационных технологий Интернета. Технологическая платформа Веб 2.0. Особенности PR и маркетинга в

<p>процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет - технологиях. Блоги и социальные сети</p>	<p>эпоху Веб 2.0. 3. Общая характеристика языка сети Интернет. Дискурсивные характеристики текстов социальных сетей. 4. Специфика социальной сети Вконтакте: аудитория, инструменты, типы контента. 5. Специфика социальной сети Одноклассники: аудитория, география, инструменты, типы контента. 6. Специфика социальной сети Facebook: аудитория, инструменты, типы контента. 7. Специфика социальной сети Twitter: аудитория, инструменты, типы контента. 8. Специфика социальной сети Instagram: аудитория, инструменты, типы контента. 9. Реклама в социальной сети Вконтакте: возможности таргетирования, форматы рекламы, понятие посева. 10. Рекламная платформа «My Target»: возможности таргетирования, форматы рекламы, площадки для размещения рекламы, нативные форматы рекламы, стратегии расходования бюджета рекламной компании.</p>
<p>2. Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы</p>	<p>11. Этапы разработки SMM-стратегии. 12. Определение целевой аудитории и задач присутствия организации в социальных сетях 13. Критерии подбора социальной сети для размещения контента организации 14. Определение поведенческих особенностей аудитории, разработка контент-плана 15. Типы контента социальных сетей 16. Составление календарного плана и определение необходимых ресурсов для продвижения организации в социальных сетях 17. PR-текст как один из элементов презентации организации или товара в аудитории социальных сетей 18. Основные термины и показатели эффективности PR в социальных сетях. 19. Анализ эффективности PR в социальных сетях. 20. Критерии оценки эффективности PR в социальных сетях.</p>

Вопросы для устного/письменного опроса

Раздел дисциплины	Вопросы
<p>1. Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет - технологиях. Блоги и социальные сети</p>	<p>Можно ли изменить URL сообщества во ВКонтакте? В обложке сообщества ВКонтакте может быть только статичное изображение? Как расшифровывается аббревиатура СТА ? С помощью какого(каких) приложения(-ий) можно спланировать внешний вид (визуал) ленты? Дело в том, что YouTube не может понять содержание самого видео – в этом ему помогают название видео, его описание, а также название _____. С помощью какой функции YouTube позволяет группировать видео по каким либо признакам?</p>
<p>2. Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные</p>	<p>Что остаётся одним из самых важных трендов в мире социальных медиа? "TikTok является прямым конкурентом социальных сетей и в настоящее время лидирует, особенно у _____." _____ означает стратегическое разделение аудитории на значимые группы на основе индивидуальных предпочтений. Меньше массовых, больше _____ взаимодействий.</p>

<p>технологии. Электронные сервисы</p>	<p>ому сейчас отдаётся большее предпочтение среди людей, влияющий на мнения? Является ли трендом "быть во всех социальных сетях сразу"? Назовите антитренд, в котором автор в конце поста всегда спрашивает мнение подписчиков, не смотря необходимо ли это или нет. Верно ли утверждение, что чем больше постить записи, тем больше пользователи будут их просматривать? Напишите название антитренда, который характеризуется подпиской на большое количество человек разом. Работает ли тренд на указывание геолокации с целью продвижения аккаунта в Instagram?</p>
--	--

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами)

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=1814>

Как называется первая социальная сеть, появившаяся в России в 2005 году...

- 1) Мой круг;
- 2) ВКонтакте;
- 3) Одноклассники;
- 4) Google;
- 5) Flickr.

2. Какая из перечисленных ниже социальных сетей является массовой?

- 1) Free-lance. ru;
- 2) Facebook;
- 3) LinkedIn;
- 4) Профессионалы. ru;
- 5) RB. ru.

3. Какая из социальных сетей в России занимает лидирующее положение по числу зарегистрировавшихся пользователей?

- 1) ВКонтакте;
- 2) Twitter;
- 3) Одноклассники;
- 4) Мой круг;
- 5) Facebook,

4.Какая из перечисленных ниже социальных сетей в большей мере будет способствовать популярности бренда, чья целевая аудитория - это подростки - учащиеся...

- 1) ВКонтакте;
- 2) Facebook;
- 3) Одноклассники;
- 4) Мой круг;
- 5) Google.

5.Какая из перечисленных ниже социальных сетей в большей мере будет способствовать популярности бренда, чья целевая аудитория - это женщины домохозяйки в возрасте от 30-ти до 50-ти лет.

- 1) ВКонтакте;
- 2) Facebook;
- 3) Одноклассники;
- 4) Мой круг;
- 5) Google.

6.В социальной сети ВКонтакте существует несколько типов информационных полей, каждое из них имеет свои достоинства и недостатки: для создания необходимо иметь регистрацию в

социальной сети, туда нельзя пригласить друзей по классической схеме, пользователи вступают только по собственному желанию, не имеет территориальной привязки, стена всегда закрыта для пользователей, есть возможность предложить новость через администратора. О чем идет речь?

- 1) аккаунт;
- 2) группа;
- 3) публичная страница;
- 4) мероприятие;
- 5) сообщество.

7. В социальной сети Facebook существует несколько типов информационных полей, каждое из них имеет свои достоинства и недостатки: для создания необходимо иметь регистрацию в социальной сети, вход может быть ограничен, одной из самых замечательных свойств является возможность рассылать сообщения всем участникам, возможность включать в себя приложения. О чем идет речь?

- 1) аккаунт;
- 2) группа;
- 3) страница;
- 4) мероприятие;
- 5) событие.

8. Бесплатное приложение, предназначенное для размещения в сети, обмена и обработки фотографий, а также публикации видеозаписей называется...

- 1) Picasa;
- 2) ВКонтакте;
- 3) Instagram;
- 4) OneNote;
- 5) PhotoShop.

9. Это свойство: возможность трансляции записей в другие социальные сети (для России это ВКонтакте, Facebook, Twitter, Foursquare, Tumblr, Flickr), - сделало Instagram - обычное на первый взгляд приложение одним из самых популярных...

- 1) Кросспостинг;
- 2) Виральность;
- 3) Фильтры;
- 4) Доступность;
- 5) Отсутствие рекламы.

10. Для аудитории данной социальной сети характерно превалирование мужчин среди пользователей (более 70%), ресурс пользуется популярностью у журналистов, блогеров, айтишников, селебрити. Этой аудитории крайне интересны все новинки.

- 1) Одноклассники;
- 2) ВКонтакте;
- 3) Twitter;
- 4) Facebook;
- 5) Instagram.

11. Какие из перечисленных ниже методик продвижения в Instagram относятся к искусственному привлечению подписчиков?

- 1) подписки и лайки;
- 2) платные публикации в Instagram;
- 3) конкурсы, скидки, бонусы;
- 4) использование отсроченных постов;
- 5) привлечение подписчиков через другие социальные сети.

12. Процесс верификации страницы (сообщества) ВКонтакте – это...

- 1) проверка уникальности данных на конкретной странице;
- 2) проверка аутентичности данных, размещаемых в социальной сети, данным официального сайта;

- 3) личный запрос администратора социальной сети к создателю страницы (сообщества);
- 4) проверки актуальности размещаемой на странице информации;
- 5) проверка страницы на подлинность и соответствие персоне или организации, стоящей за ней.

13. Какие требования необходимо соблюсти для успешной верификации сообщества в сети ВКонтакте?

- 1) не никаких особенных требований, достаточно простого обращения в группу технической поддержки;
- 2) наличие сообщества в социальной сети ВКонтакте, с названием, совпадающим с названием организации, наличие реальных контактов;
- 3) известность организации или бренда (многочисленные упоминания в СМИ, не менее 10 сообществ, выдающих себя за подлинные, с численностью от 5 тыс. участников), ответственное администрирование и ведение страницы;
- 4) известность организации или бренда (упоминания в СМИ, не менее одного сообщества, выдающего себя за подлинное), ответственное администрирование и ведение страницы;
- 5) известность организации или бренда (упоминания в СМИ, не менее 5 сообществ, выдающих себя за подлинные, с численностью от 1 тыс. участников), ответственное администрирование и ведение страницы;

14. Информационный канал, принцип работы которого заключается в показе объявления только тем категориям лиц, которые в нем заинтересованы - это...

- 1) Контекстная реклама;
- 2) Баннерная реклама;
- 3) Cookie-файл;
- 4) Френдинг;
- 5) Таргетированная реклама.

15. Каково ключевое отличие контекстной рекламы от таргетинга?

- 1) объявления показываются в соответствии с содержанием, контекстом страницы;
- 2) объявления демонстрируются в соответствии с географическим положением пользователя;
- 3) объявления показываются не в соответствии с содержанием страницы, а определенным группам пользователей;
- 4) объявления демонстрируются в соответствии с тематическими запросами пользователя;
- 5) объявления демонстрируются исключительно на конкретной странице.

16. Размещение на площадках выбранной целевой аудитории поста, побуждающего пользователей вступить в группу называется...

- 1) френдинг;
- 2) ретаргетинг;
- 3) офферинг;
- 4) посев;
- 5) таргетинг;

17. Одним из принципов построения грамотных коммуникаций с аудиторией социальных сетей является компромисс. В случае, если один из участников группы (сообщества) оставил комментарий, используя нецензурную лексику, что запрещено правилами сообщества, необходимо...

- 1) сразу же удалить соответствующий комментарий;
- 2) удалить комментарий и добавить автора в черный список;
- 3) пожаловаться на автора комментария службе тех. поддержки социальной сети;
- 4) написать гневный комментарий, обвиняя автора в неправильном поведении;
- 5) попросить пользователя отредактировать комментарий в соответствии с правилами сообщества.

18. Кого называют «троллями» в социальных сетях?

- 1) неаккуратных пользователей;
- 2) пользователей, делающих множество грамматических и орфографических ошибок в сообщениях

и комментариях;

3) пользователей, чьи страницы заполнены не полностью;

4) аккаунты, за которыми не кроется, реального пользователя;

5) пользователей социальной сети, которые пишут негативные сообщения о компании и намеренно провоцируют на конфликт.

19. Современные специалисты по работе в социальных сетях сформулировали несколько стратегий распространения контента. Одна из них называется 5-3-2. Что обозначает данная стратегия?

1) 5 новостей, 3 репоста из чужих групп; 2 рекламных сообщения;

2) 5 постов чужого контента, 3 поста собственного контента, 2 новости и рекламных сообщения;

3) 5 постов на основе чужого контента, 3 репоста чужого контента, 2 рекламных поста;

4) 5 постов рекламного характера, 3 поста интеллектуального характера, 2 поста развлекательного характера;

5) данная схема не имеет никакого отношения к маркетингу социальных сетей, это схема стратегии в футболе.

20. С точки зрения поведения в социальных сетях пользователей разделяют на несколько групп. Какое из представленных ниже описаний соответствует группе «создателей»?

1) пользуются форумами, высказывают свое мнение на специальных тематических площадках для обсуждения, на форумах компаний, магазинов, редактируют записи;

2) добавляют метки (теги), участвуют в составлении рейтингов сайтов, используют RSS-потоки;

3) посещают сайты социальных сетей, пользуются интернет-дневниками (блогами);

4) ведут онлайн дневники (блоги), пишут и выкладывают в сеть статьи, обзоры, рецензии, свое видео, музыку или аудио собственного сочинения;

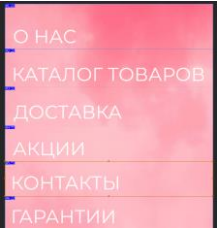
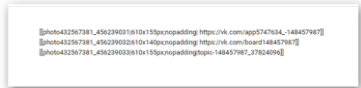
5) скачивают, прослушивают видео/аудио, читают новости, посещают рекомендованные сайты.

Практические задачи (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с электронным изданием, если имеется)

Раздел дисциплины	Задачи
1. Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет - технологиях. Блоги и социальные сети	1. Области использования социальных сетей для конкретных целей и задач. 2. Работа в социальных сетях. 3. Разработка структуры своего сайта 4. Создания сайта, используя любой из бесплатных онлайн-конструкторов, доступных в сети Интернет
2. Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы	5. Изучить возможности расширенного поиска и языка запросов наиболее популярных поисковых систем Яндекс и Google. 6. Использование нескольких поисковых систем для достижения лучшего результата 7. Расширенный поиск и сложные запросы для поиска информации 8. Работа с офисными документами в облаке. Предоставление доступа к совместной работе с офисными документами в облаке

Тематика контрольных работ

Раздел дисциплины	Темы
-------------------	------

<p>1. Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет - технологиях. Блоги и социальные сети</p>	<p>Обзор программного обеспечения для создания контента</p> <p style="text-align: center;">№1 Разработка меню</p> <p>Меню помогает структурировать информацию, что облегчает аудитории поиск нужного раздела. Самые популярные разделы — это “цены”, “услуги”, “отзывы”. Вы можете организовать тематические рубрики, если пишете посты на разные темы. Например, если ваше сообщество публикует подборки с песнями, тогда это могут быть “джаз”, “рок, и т.д. В общем, постарайтесь создать как можно больше тем, тогда и вашим клиентам будет легче разобраться, и вам</p> <p>Чтобы сделать красивое меню, вам придется немного повозиться с Photoshop.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Зайдите в группу и найдите меню группы; 2. Нажмите “наполнить содержанием”; 3. В Photoshop загрузите фоновую картинку и напишите на ней нужные разделы; 4. Нарежьте изображение с помощью “раскройки”;  <ol style="list-style-type: none"> 1. Сохраните изображение для web; 2. Вставьте изображения в меню и дождитесь загрузки кода; 3. Нажмите на “визуальный режим редактирования”; 4. Добавьте к каждому изображению ссылку, подгоняя под размер кнопки; 5. Нажмите на “режим wiki-разметки”; 6. Добавьте в коде после разрешения символ “;” и напишите “padding;”; 7. Добавьте прямую ссылку в каждый раздел как на фото ниже; 
<p>2. Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы</p>	<p>Обзор сервисов на платформах ВКонтакте, Instagram и YouTube</p> <p>Выберите тему, которая будет подходить вашему сообществу и создайте статью. Инструкция по созданию статьи в Вконтакте: https://vk.com/@authors-redaktor-state1 В качестве результата выполнения задания прикрепите ссылку на вашу статью.</p>

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
1. Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет - технологиях. Блоги и социальные сети	<ol style="list-style-type: none"> 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. Основные рекламные Интернет-форматы. 22. Понятия: блог, блогосфера, блогер, блог-пост. 23. Web 2.0. Блоги. Социальные сети. Wiki-технология. 24. Вопросы информационной безопасности в сети. Электронная цифровая подпись.
2. Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы	<ol style="list-style-type: none"> 27. Облачные Интернет-технологии в экономических системах, достоинства и недостатки. 28. Модели обслуживания облачных вычислений. 29. Хранение данных в облаке. 30. Модели SaaS, PaaS, DaaS, IaaS. 31. Обзор современных мобильных устройств. Критерии выбора устройства (внешние интерфейсы, ОС и т.д.). 32. Мобильные приложения, практика работы с офисными пакетами (IOS, Android, Windows Mobile). 33. Безопасность использования мобильных устройств. 34. Электронные платежные системы. Интернет-банкинг. 35. Электронные торговые площадки. 36. Государственные и муниципальные электронные услуги.

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	УК-1, ПК-1
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне