

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Рабочая программа дисциплины

Социальные медиа

<i>Направление подготовки</i>	Журналистика
<i>Код</i>	42.03.02
<i>Направленность (профиль)</i>	Журналистика средств массовой коммуникации
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

Москва
2026

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	—	ПК-6

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-6	Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-6.1. Имеет представление об особенностях взаимодействия СМИ с социальными сетями. ПК-6.2. Владеет навыками продвижения СМИ в различных социальных сетях и других каналах коммуникации ПК-6.3. Владеет навыками взаимодействия с пресс-службами государственных органов и общественных организаций.

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК-6		
	- способы создания управляемого имиджа организации или субъекта посредством социальных сетей; - основы взаимодействия журналиста с социальными сетями	- взаимодействовать с аудиторией посредством социальных сетей; - искать необходимую информацию в социальных сетях для создания медиапродукта; - выстраивать отношения с пресс-секретарями организаций; - составлять пресс-релизы, пресс-отчеты, писать опровержения, тексты выступлений, посты в социальных сетях;	- навыками создания контента для социальных медиа; - коммуникации с аудиторией посредством социальных сетей

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана ОПОП.

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Техника речи», «Основы теле- и радиожурналистики», «Фотография в журналистике», «Телевидение. Интернет как средство массовой информации», «Особенности работы конвергентной редакции».

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: авторский, редакторский.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Журналистика средств массовой коммуникации.

5. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>	<i>Формы обучения</i>			
	<i>Очная</i>	<i>Очно-заочная</i>	<i>Заочная</i>	<i>Заочная с применением ДОТ</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	2/72	2/72	2/72	2/72
Контактная работа:				
Занятия лекционного типа	18	8	4	2
Занятия семинарского типа	18	16	4	2
Промежуточная аттестация: зачет	0,1	0,1	4	4
Самостоятельная работа (СРС)	35,9	47,9	60	64

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебны е заняти я	Практ ически е заняти я	Сем и нар ы	Лаб орато рные раб.	Иные заняти я	
1.	Социальные медиа в информационном пространстве	3			3			5
2.	Web2.0 и средства массовой информации	3			3			5

	аттестация							
	Итого	8			16			47,9

6.1.3. Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебны е заняти я	Практ ически е заняти я	Сем и нар ы	Лаб орато рные раб.	Иные заняти я	
1.	Социальные медиа в информационном пространстве	1			1			8
2.	Web2.0 и средства массовой информации				1			9
3.	Социальные медиа как источник информации	1			1			9
4.	Социальные медиа в работе журналиста	1						8
5.	Профессиональное блоггерство							9
6.	Фактчекинг в социальных медиа							8
7.	Социальные медиа как канал распространения контента	1			1			9
	Промежуточная аттестация	4						
	Итого	4			4			60

6.1.4. Заочная форма обучения с применением ДОТ

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебны е заняти	Практически е заняти	Семинар ы	Лабораторные работы	Иные занятия	

			я	я				
1.	Социальные медиа в информационном пространстве	0,5						8
2.	Web2.0 и средства массовой информации							9
3.	Социальные медиа как источник информации	0,5			1			9
4.	Социальные медиа в работе журналиста	0,5						10
5.	Профессиональное блоггерство							9
6.	Фактчекинг в социальных медиа							10
7.	Социальные медиа как канал распространения контента	0,5			1			9
	Промежуточная аттестация	4						
	Итого	2			2			64

6.1 Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1 Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Социальные медиа в информационном пространстве	Социокультурные изменения, связанные с распространением цифровых технологий и сетевых коммуникаций. История цифровой культуры (Дж. Стерн). Артефакты цифровой культуры. Технологический детерминизм и социальное измерение технологий. "The Medium is the Message" - средство передачи сообщения само является сообщением. (М. Маклюэн). Смена парадигмы «традиционные средства массовой информации» - «новые медиа».
2.	Web2.0 и средства массовой информации	Главные достоинства платформ Web 2.0 с точки зрения потребителя. «Умные» ленты новостей Facebook, «ВКонтакте». Популярные платформы Web 2.0. Возросшая конкуренция за аудиторию. Конфликт интересов владельцев платформ и редакций СМИ. Профиль аудитории.
3.	Социальные медиа как источник информации	Проблема качества информации в социальных медиа. Информационный шум. Архитектура социальных медиа. «вирусное» распространение информации. Внедрение новых методов и техник проверки данных

		в творческий процесс. Использование краудсорсинга (концепция «открытой верификации»)
4.	Социальные медиа в работе журналиста	Источник информации. Инструмент обратной связи с аудиторией. Среда для распространения контента. Социальные медиа играют важную роль в формировании и продвижении личного бренда журналиста.
5.	Профессиональное блогерство	Альтернативные способы восприятия значений медиа. Манипуляции идентичностями в новых медиа. Конструирование идентичности в рамках коммуникации. Создание собственного мифа.
6.	Фактчекинг в социальных медиа	Связь технологий и меняющихся представлений о религии. Концепции религии, религиозного опыта и изменения медиа среды. Гиперреальная религия (А. Поссамай). Симбиоз религии и коммодифицированной популярной культуры.
7.	Социальные медиа как канал распространения контента	Идеология открытого образования. Участие в онлайн-сообществах и социальных сетях, (Friendster, Facebook, MySpace, V Kontakte).

6.2.1. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	<i>Содержание практического занятия</i>
1.	Социальные медиа в информационном пространстве	Социокультурные изменения, связанные с распространением цифровых технологий и сетевых коммуникаций. История цифровой культуры (Дж. Стерн). Артефакты цифровой культуры. Технологический детерминизм и социальное измерение технологий. “The Medium is the Message” - средство передачи сообщения само является сообщением. (М. Маклюэн). Смена парадигмы «традиционные средства массовой информации» - «новые медиа».
2.	Web2.0 и средства массовой информации	Главные достоинства платформ Web 2.0 с точки зрения потребителя. «Умные» ленты новостей Facebook, «ВКонтакте». Популярные платформы Web 2.0 Возросшая конкуренция за аудиторию. Конфликт интересов владельцев платформ и редакций СМИ. Профиль аудитории.
3.	Социальные медиа как источник информации	Проблема качества информации в социальных медиа. Информационный шум. Архитектура социальных медиа. «вирусное» распространение информации. Внедрение новых методов и техник проверки данных в творческий процесс. Использование краудсорсинга (концепция «открытой верификации»)
4.	Социальные медиа в работе журналиста	Источник информации. Инструмент обратной связи с аудиторией. Среда для распространения контента. Социальные медиа играют важную роль в формировании и продвижении личного бренда журналиста.

5.	Профессиональное блогерство	Альтернативные способы восприятия значений медиа. Манипуляции идентичностями в новых медиа. Конструирование идентичности в рамках коммуникации. Создание собственного мифа.
6.	Фактчекинг в социальных медиа	Связь технологий и меняющихся представлений о религии. Концепции религии, религиозного опыта и изменения медиа среды. Гиперреальная религия (А. Поссамай). Симбиоз религии и коммодифицированной популярной культуры.
7.	Социальные медиа как канал распространения контента	Идеология открытого образования. Участие в онлайн-обществах и социальных сетях, (Friendster, Facebook, MySpace, V Kontakte).

6.2.2. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Социальные медиа в информационном пространстве	Социокультурные изменения, связанные с распространением цифровых технологий и сетевых коммуникаций. История цифровой культуры (Дж. Стерн). Артефакты цифровой культуры. Технологический детерминизм и социальное измерение технологий. "The Medium is the Message" - средство передачи сообщения само является сообщением. (М. Маклюэн). Смена парадигмы «традиционные средства массовой информации» - «новые медиа».
2.	Web2.0 и средства массовой информации	Главные достоинства платформ Web 2.0 с точки зрения потребителя. «Умные» ленты новостей Facebook, «ВКонтакте». Популярные платформы Web 2.0. Возросшая конкуренция за аудиторию. Конфликт интересов владельцев платформ и редакций СМИ. Профиль аудитории.
3.	Социальные медиа как источник информации	Проблема качества информации в социальных медиа. Информационный шум. Архитектура социальных медиа. «вирусное» распространение информации. Внедрение новых методов и техник проверки данных в творческий процесс. Использование краудсорсинга (концепция «открытой верификации»)
4.	Социальные медиа в работе журналиста	Источник информации. Инструмент обратной связи с аудиторией. Среда для распространения контента. Социальные медиа играют важную роль в формировании и продвижении личного бренда журналиста.
5.	Профессиональное блогерство	Альтернативные способы восприятия значений медиа. Манипуляции идентичностями в новых медиа. Конструирование идентичности в рамках коммуникации. Создание собственного мифа.
6.	Фактчекинг в социальных медиа	Связь технологий и меняющихся представлений о религии. Концепции религии, религиозного опыта и изменения медиа среды. Гиперреальная религия (А. Поссамай). Симбиоз религии и

		коммодифицированной популярной культуры.
7.	Социальные медиа как канал распространения контента	Идеология открытого образования. Участие в онлайн-сообществах и социальных сетях, (Friendster, Facebook, MySpace, V Kontakte).

7. Текущий контроль по дисциплине (модулю) в рамках учебных занятий

В рамках текущего контроля преподаватель самостоятельно может проводить следующие мероприятия:

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Социальные медиа в информационном пространстве	Опрос, проблемно-аналитическое задание, информационный проект. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
2.	Web2.0 и средства массовой информации	Опрос, исследовательский проект, проблемно-аналитическое задание, информационный проект, тестирование. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
3.	Социальные медиа как источник информации	Опрос, проблемно-аналитическое задание.
4.	Социальные медиа в работе журналиста	Опрос, проблемно-аналитическое задание, исследовательский проект. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
5.	Профессиональное блоггерство	Опрос, эссе, информационный проект, творческое задание, задание к интерактивному занятию. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
6.	Фактчекинг в социальных медиа	Опрос, проблемно-аналитические задания, исследовательский проект, информационный проект, творческое задание. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
7.	Социальные медиа как канал распространения контента	Опрос, информационный проект, проблемно-аналитическое задание. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1. Основная учебная литература:

1. Калмыков А.А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика»/ Калмыков А.А., Коханова Л.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 383 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81774.html>.

2. Мультимедийные технологии. Часть 1. Мультимедиа в современной социокультурной среде [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс дисциплины для студентов очной и заочной форм обучения по направлению подготовки 51.03.06 (071900) «Библиотечно-информационная деятельность», профиль подготовки «Информационно-аналитическая деятельность», квалификация (степень) выпускника «бакалавр»/ — Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2014.— 72 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/29686.html>.

8.2. Дополнительная учебная литература:

1 Качановский Ю.П. Технологии создания мультимедийных презентаций в Microsoft PowerPoint [Электронный ресурс]: методические указания к проведению лабораторной работы по курсу «Информатика»/ Качановский Ю.П., Широков А.С.— Электрон. текстовые данные. — Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2014.— 38 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/55165.html>

2 Колесниченко А.В. Практическая журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Колесниченко А.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010.— 192 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13304.html>.

3 Куличкина, Г. В. Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа : учебное пособие для вузов / Г. В. Куличкина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 197 с. Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologicheskie-osnovy-socialno-kulturnoy-deyatelnosti-mass-media-541138>

4 Степанов В.А. Социальные медиа : учеб.-метод. пособие / В. А. Степанов. – Минск : БГУ, 2020. – 115 с. : ил. ISBN 978-985-566-840-5. Режим доступа: http://socmedia.by/wp-content/uploads/2020/06/Stepanov_Social-Media_2020.pdf

5 Ульченко Е.Н. Разработка интерактивных мультимедийных ресурсов при помощи социальных сервисов сети интернет [Электронный ресурс]: материалы научных исследований/ Ульченко Е.Н.— Электрон. текстовые данные.— Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, «Перемена», 2012.— 64 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21457.html>.

6 МГУ имени М.В. ЛОМОНОСОВА.. Интернет и интерактивные электронные медиа: исследования - 2016 : ЧАСТЬ II / МГУ имени М.В. Ломоносова, факультет журналистики, кафедры новых медиа и теории коммуникации — [б. м.] : [б. и.], 2017. — 212 с. — [б. н.]

8.3. Периодические издания

1. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. ISSN 0320-8079. <http://www.iprbookshop.ru/56695.html>

3. История отечественных СМИ. ISSN 2541-9137. <http://www.journ.msu.ru/science/books/27474/>

4. МедиаАльманах. ISSN: 1992-4631. <http://mediaalmanah.ru/files/93/646.php>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>
3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <https://biblioclub.ru/>
4. Портал полиграфической индустрии «ПЕЧАТНИК.com». www.pechatnick.com.
5. Проект Websmi.by — учебное интернет-СМИ студентов www.websmi.by.
6. Банк бесплатных фотоиллюстраций <https://ru.freepik.com/photos>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

- работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
- внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
- выполнение самостоятельных практических работ;
- подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows Server 2016
2. Семейство ОС Microsoft Windows

3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом

4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (Информационный комплекс)

5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (ЭПС «Система ГАРАНТ»)

Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; доска (маркерная), комплект мебели для преподавателя.

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, VLC Media Player.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся .

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; доска (маркерная), комплект мебели для преподавателя.

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, Notepad++. Pinta, Gimp, AnyLogic, Inkscape, OpenShot. FreeCAD, LibreCAD, Jamovi, Visual Studio, Unity.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

13. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории:

компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ MicrosoftOffice для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: (*«мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.*) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Приложение

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Социальные медиа

<i>Направление подготовки</i>	Журналистика
<i>Код</i>	42.03.02
<i>Направленность (профиль)</i>	Журналистика средств массовой коммуникации
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

Москва
2026

- 1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы**

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	—	ПК-6

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-6	Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-6.1. Имеет представление об особенностях взаимодействия СМИ с социальными сетями. ПК-6.2. Владеет навыками продвижения СМИ в различных социальных сетях и других каналах коммуникации ПК-6.3. Владеет навыками взаимодействия с пресс-службами государственных органов и общественных организаций.

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК-6		
	- способы создания управляемого имиджа организации или субъекта посредством социальных сетей; - основы взаимодействия журналиста с социальными сетями	- взаимодействовать с аудиторией посредством социальных сетей; - искать необходимую информацию в социальных сетях для создания медиапродукта; - выстраивать отношения с пресс-секретарями организаций; - составлять пресс-релизы, пресс-отчеты, писать опровержения, тексты выступлений, посты в социальных сетях;	- навыками создания контента для социальных медиа; - коммуникации с аудиторией посредством социальных сетей

3.2. Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Шкала оценив ания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО/ зачтено	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО/ зачтено	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.

УДОВОЛЕТВИТЕЛЬНО/ зачтено	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связи теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
Компетенция не достигнута		
НЕУДОВОЛЕТВИТЕЛЬНО/ не зачтено	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

4. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине

Типовые контрольные задания для проверки знаний студентов

3 СЕМЕСТР

ПК-6

1. В чем измеряется польза видеоматериала компании на YouTube?

- A. Количество видео, добавленных компанией
- B. Объем продаж компании

- C. Количество followers
- D. Число просмотров видео

Ответ: B. Объем продаж компании

2. Назовите другой термин для понятия «социальные медиа»?

- A. Социализация рекламы
- B. Продвижение сайта в медиа
- C. Рекламирование потребительских СМИ
- D. Контент, который создается пользователями

Ответ: D. Контент, который создается пользователями

3. Что может сделать компания для возмещения затрат на запуск блога?

- A. Позволить читать блог только бывшим клиентам
- B. Требовать ежемесячную плату для получения доступа на сайт компании
- C. Установление платы за просмотр блога
- D. Размещение рекламы, которая будет приносить доход, если посетители блога будут нажимать на нее

Ответ: D. Размещение рекламы, которая будет приносить доход, если посетители блога будут нажимать на нее

4. Что такое «блогосфера»?

- A. Объединенное сообщество блогеров, ссылающихся друг на друга
- B. Реклама, сделанная с помощью блоггинга
- C. Процесс написания блога
- D. Нишевое сообщество блогеров

Ответ: A. Объединенное сообщество блогеров, ссылающихся друг на друга

5. Что такое wiki?

- A. Вид блоггинга
- B. Технология создания интернет-энциклопедий, позволяющая пользователям сообща добавлять или править материалы
- C. Инструмент для добавления записей в социальные сети
- D. Новая социальная сеть

Ответ: B. Объединенное сообщество блогеров, ссылающихся друг на друга

6. Как называется пользователь, получающий оповещения об обновлениях избранных пользователей на Twitter?

- A. Follower
- B. Connection
- C. Friend
- D. User

Ответ: A. Follower

7. Какой метод маркетинга в социальных сетях компания должна использовать постоянно?

- A. Только блоггинг
- B. Зависит от компании, ее продуктов, аудитории
- C. Twitter, Facebook, блоги
- D. YouTube

Ответ: C. Twitter, Facebook, блоги

8. Что такое SMM (Social Media Marketing)?

- а) Продажа товаров через соцсети
- б) Маркетинг в социальных сетях, продвижение бренда через платформы соцсетей
- в) Создание приложений для соцсетей
- г) Техническая поддержка соцсетей

Ответ: б) Маркетинг в социальных сетях, продвижение бренда через платформы соцсетей

9.Какая социальная сеть изначально позиционировалась как платформа для профессионалов?

- а) Instagram
- б) TikTok
- в) LinkedIn
- г) Twitter

Ответ: в) LinkedIn

10. Что означает термин «виральность» в контексте социальных медиа?

- а) Скорость загрузки контента
- б) Способность контента быстро распространяться среди пользователей
- в) Количество лайков под постом
- г) Качество визуального оформления

Ответ: б) Способность контента быстро распространяться среди пользователей

11. Что такое «таргетинг» в социальных медиа?

- а) Случайный показ рекламы всем пользователям
- б) Точечное нацеливание рекламы на определённую аудиторию по заданным параметрам
- в) Удаление нежелательных пользователей
- г) Создание вирусного контента

Ответ: б) Точечное нацеливание рекламы на определённую аудиторию по заданным параметрам

12. Какой тип контента чаще всего набирает наибольшую вовлечённость в Instagram?

- а) Текстовые посты

- б) Фото и видео
- в) Опросы
- г) Ссылки на внешние сайты

Ответ: б) Фото и видео

13. Что такое UGC (User-Generated Content)?

- а) Контент, созданный сотрудниками компании
- б) Контент, созданный пользователями и опубликованный в соцсетях
- в) Рекламные баннеры
- г) Автоматически сгенерированные посты

Ответ: б) Контент, созданный пользователями и опубликованный в соцсетях

14. Что означает метрика «ER» (Engagement Rate)?

- а) Количество подписчиков
- б) Процент вовлечённости аудитории (лайки, комментарии, репосты)
- в) Скорость публикации постов
- г) Количество просмотров видео

Ответ: б) Процент вовлечённости аудитории (лайки, комментарии, репосты)

15. Что такое «сторис» в социальных сетях?

- а) Длинные текстовые посты
- б) Короткие временные публикации (фото/видео), исчезающие через 24 часа
- в) Постоянные публикации в ленте
- г) Прямые эфиры

Ответ: б) Короткие временные публикации (фото/видео), исчезающие через 24 часа

16. Что такое инфлюенсер?

- а) Пользователь, который никогда не публикует контент
- б) Человек с большой аудиторией в соцсетях, влияющий на мнения и поведение подписчиков
- в) Разработчик соцсетей
- г) Модератор группы

Ответ: б) Человек с большой аудиторией в соцсетях, влияющий на мнения и поведение подписчиков

17. Что такое хештеги (#) в социальных медиа?

- а) Способ шифрования сообщений
- б) Метки для категоризации и поиска контента
- в) Вид рекламы
- г) Тип эмодзи

Ответ: б) Метки для категоризации и поиска контента

18. Какие два фактора повышают виральность контента в соцсетях?

- а) Длинный текст без изображений
- б) Эмоциональная составляющая (юмор, удивление, вдохновение)
- в) Сложные научные термины
- г) Визуальная привлекательность (фото, видео, инфографика)

Ответ: б) Эмоциональная составляющая (юмор, удивление, вдохновение), г) Визуальная привлекательность (фото, видео, инфографика)

19. Какие две платформы наиболее популярны для визуального контента?

- а) LinkedIn
- б) Instagram
- в) Pinterest
- г) GitHub

Ответ: б) Instagram, в) Pinterest

20. Какие два инструмента помогают анализировать эффективность SMM-кампаний?

- а) Google Таблицы без данных
- б) Встроенная статистика соцсетей (Instagram Insights, Facebook Analytics)
- в) Ручной подсчёт лайков без системы
- г) Сервисы аналитики (Hootsuite, Sprout Social)

Ответ: б) Встроенная статистика соцсетей (Instagram Insights, Facebook Analytics), г) Сервисы аналитики (Hootsuite, Sprout Social)

21. Какие два элемента важны для успешного таргетирования рекламы в соцсетях?

- а) Возраст и пол аудитории
- б) Цвет фона в рекламе
- в) Интересы и поведение пользователей
- г) Количество символов в посте

Ответ: а) Возраст и пол аудитории, в) Интересы и поведение пользователей

22. Какие два формата контента эффективны для вовлечения аудитории в соцсетях?

- а) Однотипные текстовые посты без взаимодействия
- б) Опросы и викторины
- в) Длинные статьи без иллюстраций
- г) Интерактивные сторис с вопросами и голосованиями

Ответ: б) Опросы и викторины, г) Интерактивные сторис с вопросами и голосованиями

23. Соотнесите социальную сеть с её основной аудиторией:

Социальная сеть	Основная аудитория
-----------------	--------------------

- | | |
|-------------|---|
| 1. TikTok | а) Профессионалы, бизнес-контакты |
| 2. LinkedIn | б) Молодёжь 13–25 лет, короткие видео |
| 3. Facebook | в) Пользователи всех возрастов, семейные темы |
| 4. Telegram | г) Молодёжь и профессионалы, каналы и чаты |

Ответ: 1 — б, 2 — а, 3 — в, 4 — г

24. Соотнесите метрику с её значением:

- | Метрика | Значение |
|-------------------------------|--|
| 1. Охват (Reach) | а) Процент пользователей, взаимодействующих с контентом |
| 2. Вовлечённость (Engagement) | б) Количество уникальных пользователей, увидевших контент |
| 3. CTR | в) Процент кликов по ссылке или рекламе |
| 4. Конверсия | г) Процент пользователей, совершивших целевое действие (покупка, подписка) |

Ответ: 1 — б, 2 — а, 3 — в, 4 — г

25. Соотнесите тип контента с его целью:

Тип контента	Цель
1. Новостной пост	а) Развлечь аудиторию, вызвать эмоции
2. Обучающее видео	б) Оперативно сообщить о событии
3. Развлекательный мем	в) Научить чему-то, дать инструкцию
4. Кейс-стади	г) Показать успешное решение задачи, опыт компании

Ответ: 1 — б, 2 — в, 3 — а, 4 — г