

Кафедра лингвистики и межкультурной коммуникации

Рабочая программа дисциплины

**Социальные сети**

|                                 |                                               |
|---------------------------------|-----------------------------------------------|
| <i>Направление подготовки</i>   | Лингвистика                                   |
| <i>Код</i>                      | 45.04.02                                      |
| <i>Направленность (профиль)</i> | Медиалингвистика и межкультурная коммуникация |
| <i>Квалификация выпускника</i>  | магистр                                       |

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

| <b>Группа компетенций</b> | <b>Категория компетенций</b> | <b>Код</b> |
|---------------------------|------------------------------|------------|
| Профессиональные          | -                            | ПК-1, ПК-2 |

**2. Компетенции и индикаторы их достижения**

| <b>Код компетенции</b> | <b>Формулировка компетенции</b>                                                                                                                                                                      | <b>Индикаторы достижения компетенции</b>                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ПК-1</b>            | Способен обеспечить межкультурное взаимодействие в устной и письменной формах в официальной, неофициальной и профессиональной сферах общения.                                                        | ПК-1.1. Обеспечение межкультурного общения в различных профессиональных сферах.<br>ПК-1.2. Выполнение функций посредника в сфере межкультурной коммуникации.                                                                                                                 |
| <b>ПК-2</b>            | Способен осуществлять устный и письменный перевод различного рода текстов с соблюдением норм лексической эквивалентности, грамматических, синтаксических и стилистических аспектов исходного текста. | ПК-2.1. Выполнять письменный и устный перевод с соблюдением лексической эквивалентности, грамматической, синтаксической и стилистической норм.<br>ПК-2.2. Владеть навыками постпереводческого редактирования перевода текстов в зависимости от поставленной задачи перевода. |

**3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине**

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

| <b>Дескрипторы по дисциплине</b> | <b>Знать</b> | <b>Уметь</b> | <b>Владеть</b> |
|----------------------------------|--------------|--------------|----------------|
| <b>Код компетенции</b>           | <b>ПК-1</b>  |              |                |

|                        |                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                       |                                                                                                            |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                        | Обеспечение межъязыкового общения в различных профессиональных сферах.                                                                                                                        | Выполнять функции посредника в сфере межкультурной коммуникации                                                                       | Навыками постпереводческого редактирования перевода текстов в зависимости от поставленной задачи перевода. |
| <b>Код компетенции</b> | <b>ПК-2</b>                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                       |                                                                                                            |
|                        | Осуществление устного и письменного перевод различного рода текстов с соблюдением норм лексической эквивалентности, грамматических, синтаксических и стилистических аспектов исходного текста | Выполнять письменный и устный перевод с соблюдением лексической эквивалентности, грамматической, синтаксической и стилистической норм | устного и письменного перевод различного рода текстов                                                      |

#### **4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы**

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

Дисциплина находится во взаимосвязи с такими дисциплинами, как: «Основы медиалингвистики», «Введение в теорию медиакommunikаций», «Межкультурная

коммуникация» и др.

Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

В рамках освоения программы магистратуры выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: переводческая.

Профиль (направленность) программы установлена путем ее ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Лингвистика.

## 5. Объем дисциплины

| <i>Виды учебной работы</i>                       |  | <i>Форма обучения</i> |
|--------------------------------------------------|--|-----------------------|
|                                                  |  | <i>Очная</i>          |
| <b>Общая трудоемкость:</b> зачетные единицы/часы |  | 6/216                 |
| <b>Контактная работа:</b>                        |  |                       |
| Занятия лекционного типа                         |  |                       |
| Занятия семинарского типа                        |  | 68                    |
| Промежуточная аттестация: экзамен                |  | 27                    |
| <b>Самостоятельная работа (СРС)</b>              |  | 121                   |

## 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

| №<br>п/п | Раздел/тема                                                                                                   | Виды учебной работы (в часах) |                      |                           |          |                     |              |      |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|----------------------|---------------------------|----------|---------------------|--------------|------|
|          |                                                                                                               | Контактная работа             |                      |                           |          |                     |              |      |
|          |                                                                                                               | Занятия лекционного типа      |                      | Занятия семинарского типа |          |                     |              |      |
|          |                                                                                                               | Лекции                        | Иные учебные занятия | Практические занятия      | Семинары | Лабораторные работы | Иные занятия |      |
| 1.       | Социальные медиа в информационном пространстве. Понятие социальных сетей в контексте информационного общества |                               |                      |                           | 6,8      |                     |              | 12,1 |
| 2.       | Особенности аудиторий социальных сетей                                                                        |                               |                      |                           | 6,8      |                     |              | 12,1 |
| 3.       | Анализ конкурентов в социальных сетях                                                                         |                               |                      |                           | 6,8      |                     |              | 12,1 |
| 4.       | Взаимодействие с аудиторией через культурные, маркетинговые и                                                 |                               |                      |                           | 6,8      |                     |              | 12,1 |

|     |                                                                                             |    |  |  |     |  |  |      |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|--|--|-----|--|--|------|
|     | научные исследования                                                                        |    |  |  |     |  |  |      |
| 5.  | Принципы работы социальных сетей и их алгоритмы                                             |    |  |  | 6,8 |  |  | 12,1 |
| 6.  | Контент в социальных сетях. Способы продвижения контента. Ключевые метрики социальных сетей |    |  |  | 6,8 |  |  | 12,1 |
| 7.  | Социальные сети в работе журналиста                                                         |    |  |  | 6,8 |  |  | 12,1 |
| 8.  | Профессиональное блогерство                                                                 |    |  |  | 6,8 |  |  | 12,1 |
| 9.  | Фактчекинг в социальных медиа                                                               |    |  |  | 6,8 |  |  | 12,1 |
| 10. | Социальное и этическое значение социальных медиа                                            |    |  |  | 6,8 |  |  | 12,1 |
|     | Промежуточная аттестация                                                                    | 27 |  |  |     |  |  |      |
|     | Итого                                                                                       |    |  |  | 68  |  |  | 121  |

## 6.2. 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. Понятие социальных сетей в контексте информационного общества | Изменения принципов распространения информации. Понятие социальных сетей в контексте информационного общества. Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе. Влияние социальных сетей на общество в целом. Области использования социальных сетей. Коммуникации, PR, продвижение.                                                         |
| 2.    | Особенности аудиторий социальных сетей                                                                        | Принципы анализа аудитории в социальных сетях. Особенности восприятия информации аудиториями разных социальных сетей. Переупаковка контента для разных социальных сетей исходя из предпочтений аудитории и паттернов ее поведения. Социально-демографические и географические характеристики аудитории социальных сетей. Понятие сетевого сообщества в социальных медиа. |

|     |                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3.  | Анализ конкурентов в социальных сетях                                                       | Прямые и косвенные конкуренты. Анализ SMM-стратегий. Методы SWOT-анализа. Инструменты анализа.                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 4.  | Взаимодействие с аудиторией через культурные, маркетинговые и научные исследования          | Культурные исследования. Теория архетипов. Фреймворки. Научные и маркетинговые исследования в работе с аудиторией.                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 5.  | Принципы работы социальных сетей и их алгоритмы                                             | Различия социальных сетей. Обсуждение конкретных примеров использования социальных сетей в различных областях. Основные российские социальные сети, особенности аудиторий в них. Влияние социальных сетей на развитие общества.                                                                                                                                                              |
| 6.  | Контент в социальных сетях. Способы продвижения контента. Ключевые метрики социальных сетей | Виды контента. Роли контента. Контент-план. Принципы этичного контента. Способы продвижения контента в различных социальных сетях. Вовлеченность, конверсия, лояльность, стоимость подписчика. Основные метрики социальных сетей: impression (показы), reach (охваты), CPM (cost per mille), CPT (cost per thousand), CPC (cost per click), CTR (click-through rate), CPA (cost per action). |
| 7.  | Социальные сети в работе журналиста                                                         | Влияние социальных сетей на работу журналиста и редакции. Типы контента СМИ для социальных сетей, переупаковка и создание специального контента.                                                                                                                                                                                                                                             |
| 8.  | Профессиональное блогерство                                                                 | Принципы создания пользовательского контента. Феномен блогосферы. Микроблогинг.                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 9.  | Фактчекинг в социальных медиа                                                               | Верификация. Дезинформация. Информационный пузырь. Кликбейт. Первоисточник. Пост-правда. Факт. Фактоид. Фактчекинг: методы, примеры, принципы поведения.                                                                                                                                                                                                                                     |
| 10. | Социальное и этическое значение социальных медиа                                            | Этические правила использования социальных сетей. Этический аспект PR-деятельности в социальных медиа.                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

### 6.2.2. Содержание практических занятий

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины                                                                        | Содержание практического занятия                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.    | Социальные медиа в информационном пространстве. Понятие социальных сетей в контексте информационного общества | Изменения принципов распространения информации. Понятие социальных сетей в контексте информационного общества. Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе. Влияние социальных сетей на общество в целом. Области использования социальных сетей. Коммуникации, PR, продвижение. |
| 2.    | Особенности аудиторий социальных сетей                                                                        | Принципы анализа аудитории в социальных сетях. Особенности восприятия информации аудиториями разных социальных сетей. Переупаковка контента для разных социальных сетей исходя из предпочтений аудитории и паттернов ее поведения. Социально-                                                                    |

|     |                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                                                             | демографические и географические характеристики аудитории социальных сетей. Понятие сетевого сообщества в социальных медиа.                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 3.  | Анализ конкурентов в социальных сетях                                                       | Прямые и косвенные конкуренты. Анализ SMM-стратегий. Методы SWOT-анализа. Инструменты анализа.                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 4.  | Взаимодействие с аудиторией через культурные, маркетинговые и научные исследования          | Культурные исследования. Теория архетипов. Фреймворки. Научные и маркетинговые исследования в работе с аудиторией.                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 5.  | Принципы работы социальных сетей и их алгоритмы                                             | Различия социальных сетей. Обсуждение конкретных примеров использования социальных сетей в различных областях. Основные российские социальные сети, особенности аудиторий в них. Влияние социальных сетей на развитие общества.                                                                                                                                                              |
| 6.  | Контент в социальных сетях. Способы продвижения контента. Ключевые метрики социальных сетей | Виды контента. Роли контента. Контент-план. Принципы этичного контента. Способы продвижения контента в различных социальных сетях. Вовлеченность, конверсия, лояльность, стоимость подписчика. Основные метрики социальных сетей: impression (показы), reach (охваты), CPM (cost per mille), CPT (cost per thousand), CPC (cost per click), CTR (click-through rate), CPA (cost per action). |
| 7.  | Социальные сети в работе журналиста                                                         | Влияние социальных сетей на работу журналиста и редакции. Типы контента СМИ для социальных сетей, переупаковка и создание специального контента.                                                                                                                                                                                                                                             |
| 8.  | Профессиональное блогерство                                                                 | Принципы создания пользовательского контента. Феномен блогосферы. Микроблогинг.                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 9.  | Фактчекинг в социальных медиа                                                               | Верификация. Дезинформация. Информационный пузырь. Кликбейт. Первоисточник. Пост-правда. Факт. Фактоид. Фактчекинг: методы, примеры, принципы поведения.                                                                                                                                                                                                                                     |
| 10. | Социальное и этическое значение социальных медиа                                            | Этические правила использования социальных сетей. Этический аспект PR-деятельности в социальных медиа.                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

### 6.2.3. Содержание самостоятельных занятий

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины                                                                        | Содержание лекционного занятия                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.    | Социальные медиа в информационном пространстве. Понятие социальных сетей в контексте информационного общества | Изменения принципов распространения информации. Понятие социальных сетей в контексте информационного общества. Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе. Влияние социальных сетей на общество в целом. Области использования социальных сетей. Коммуникации, PR, продвижение. |
| 2.    | Особенности аудиторий социальных сетей                                                                        | Принципы анализа аудитории в социальных сетях. Особенности восприятия информации аудиториями                                                                                                                                                                                                                     |

|     |                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                                                             | разных социальных сетей. Переупаковка контента для разных социальных сетей исходя из предпочтений аудитории и паттернов ее поведения. Социально-демографические и географические характеристики аудитории социальных сетей. Понятие сетевого сообщества в социальных медиа.                                                                                                                  |
| 3.  | Анализ конкурентов в социальных сетях                                                       | Прямые и косвенные конкуренты. Анализ SMM-стратегий. Методы SWOT-анализа. Инструменты анализа.                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 4.  | Взаимодействие с аудиторией через культурные, маркетинговые и научные исследования          | Культурные исследования. Теория архетипов. Фреймворки. Научные и маркетинговые исследования в работе с аудиторией.                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| 5.  | Принципы работы социальных сетей и их алгоритмы                                             | Различия социальных сетей. Обсуждение конкретных примеров использования социальных сетей в различных областях. Основные российские социальные сети, особенности аудиторий в них. Влияние социальных сетей на развитие общества.                                                                                                                                                              |
| 6.  | Контент в социальных сетях. Способы продвижения контента. Ключевые метрики социальных сетей | Виды контента. Роли контента. Контент-план. Принципы этичного контента. Способы продвижения контента в различных социальных сетях. Вовлеченность, конверсия, лояльность, стоимость подписчика. Основные метрики социальных сетей: impression (показы), reach (охваты), CPM (cost per mille), CPT (cost per thousand), CPC (cost per click), CTR (click-through rate), CPA (cost per action). |
| 7.  | Социальные сети в работе журналиста                                                         | Влияние социальных сетей на работу журналиста и редакции. Типы контента СМИ для социальных сетей, переупаковка и создание специального контента.                                                                                                                                                                                                                                             |
| 8.  | Профессиональное блогерство                                                                 | Принципы создания пользовательского контента. Феномен блогосферы. Микроблогинг.                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 9.  | Фактчекинг в социальных медиа                                                               | Верификация. Дезинформация. Информационный пузырь. Кликбейт. Первоисточник. Пост-правда. Факт. Фактоид. Фактчекинг: методы, примеры, принципы поведения.                                                                                                                                                                                                                                     |
| 10. | Социальное и этическое значение социальных медиа                                            | Этические правила использования социальных сетей. Этический аспект PR-деятельности в социальных медиа.                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

## 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:

- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

### 7.1. Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)

| № п/п | Контролируемые разделы (темы)                                                                                 | Наименование оценочного средства                                               |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| 1.    | Социальные медиа в информационном пространстве. Понятие социальных сетей в контексте информационного общества | Опрос, проблемно-аналитическое задание                                         |
| 2.    | Особенности аудиторий социальных сетей                                                                        | Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование                           |
| 3.    | Анализ конкурентов в социальных сетях                                                                         | Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование                           |
| 4.    | Взаимодействие с аудиторией через культурные, маркетинговые и научные исследования                            | Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование                           |
| 5.    | Принципы работы социальных сетей и их алгоритмы                                                               | Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование                           |
| 6.    | Контент в социальных сетях. Способы продвижения контента. Ключевые метрики социальных сетей                   | Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование, исследовательский проект |
| 7.    | Социальные сети в работе журналиста                                                                           | Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование                           |
| 8.    | Профессиональное блоггерство                                                                                  | Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование                           |
| 9.    | Фактчекинг в социальных медиа                                                                                 | Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование                           |
| 10.   | Социальное и этическое значение социальных медиа                                                              | Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование                           |

### 7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

#### Типовые тесты

- К интернет-ресурсам Web 2.0 относятся следующие сервисы (Выберите, пожалуйста, три варианта ответа):
  - блоги
  - профессиональные новостные порталы
  - социальные сети
  - онлайн-игры
  - традиционные корпоративные сайты
- Ключевой отличительной характеристикой социальных медиа является:
  - выполнение функции новостного медиа
  - наличие социальных связей между пользователями
  - вовлечение пользователей в производство контента
- Какой тип социальных связей находит себе наибольшую поддержку на платформе

социальных медиа?

- а) слабые социальные связи со знакомыми
- б) сильные социальные связи с близкими родственниками
- в) глобальные социальные связи с незнакомцами

4. К реальным опасностям и угрозам, создаваемым социальными медиа, относятся (Выберите, пожалуйста, три варианта ответа)

- а) разрушение коммуникаций в оффлайне
- б) отвлечение аудитории от телевизионного просмотра
- в) разрушение патентной защиты инноваций в силу коллаборативного производства контента
- г) интернет-зависимость
- д) бесконтрольное распространение информации через социальные медиа с нарушением авторских прав

5. Соотнесите термины и их определения:

осознание личностью своей принадлежности к той или иной социально-личностной позиции в рамках социальных ролей и эго-состояний – никнейм, аватарка, идентичность, самопрезентация;

сетевое имя, псевдоним, используемый пользователем в Интернете – никнейм, аватарка, идентичность, самопрезентация; процесс представления себя в отношении социально и культурно принятых способов действия и поведения никнейм, аватарка, идентичность, самопрезентация;

изображение (картинка /фото), визуально представляющее пользователя Сети – никнейм, аватарка, идентичность, самопрезентация .

6. Творение персоны в Сети в режиме компенсации ущербности обусловлено следующими мотивами сетевой самопрезентации (Выберите, пожалуйста, три варианта ответа):

- а) неудовлетворённость реальной социальной идентичностью
- б) уход от «нормативности» социальной действительности
- в) стремление к эффективному взаимодействию
- г) испытание нового опыта
- д) органичное отражение реальной социальной идентичности

7. Соотнесите типы бизнеса и преобладающий тип пользовательской активности:

тематика ритейла (сетевые розничные магазины) – преобладание генераторов контента, преобладание пассивных наблюдателей, преобладание активных участников дискуссий; финансовая тематика (банки, страховые операторы, брокерские компании) – преобладание генераторов контента, преобладание пассивных наблюдателей, преобладание активных участников дискуссий;

телеком-тематика (мобильная связь, мобильные устройства, гаджеты) – преобладание генераторов контента, преобладание пассивных наблюдателей, преобладание активных участников дискуссий

8. «Адвокат бренда» (в парадигме социальных медиа) – это:

- а) компетентный сотрудник компании, который в дискуссиях с обычными пользователями социальных сетей отстаивает конкурентные преимущества бренда компании
- б) коммуникатор, который выступает в интересах компании (или некоммерческой организации) в местах общения пользователей Интернета, социальных сетях, блогах, сообществах и форумах

в) юрист-профессионал, который отстаивает интересы бренда/компании в судах

9. В функции адвоката бренда/дружественного блогера входит (Выберите, пожалуйста, три варианта ответа):

- а) стимулирование интереса интернет-аудитории к компании/продукту/бренду
- б) общение через сетевые ресурсы с юридическими партнерами бренда
- в) просвещение потребителей и рекомендации эксперта по покупкам
- г) отстаивание репутации бренда перед судами и государственными службами посредством использования системы «электронного правительства»
- д) вовлечение посетителей в разговор о компании/продукте/проекте

10. Выберите правильные рекомендации по эффективному ведению корпоративного блога (Выберите, пожалуйста, три варианта ответа):

- а) Осуществляйте преимущественное продвижение корпоративного блога с помощью такого бесплатного инструмента, как спам
- б) Пишите броские, цепляющие заголовки
- в) Пишите посты в блоге строго научно-профессиональным языком, понятным только сведущим
- г) Размещайте в блоге побуждения к потребительскому действию
- д) Используйте разметку текста и вёрстку
- е) Не пишите в блоге о достоинствах вашего продукта

11. SMM представляет собой:

- а) деятельность по перенаправлению трафика посетителей с социальных сетей на корпоративный сайт бренда
- б) деятельность по оптимизации группы/паблика под работу поисковых систем
- в) комплекс мер по продвижению бренда, продукта, компании или организации в социальных сетях

12. Определите последовательность действий по продвижению в социальных сетях

1 – разработка рекламной или PR-концепции

2 – определение целевой аудитории компании/бренда, ключевых коммуникационных и маркетинговых задач

3 – определение системы мониторинговых метрик

4 – выбор коммуникационных площадок с высокой концентрацией целевой аудитории 5 – определение необходимых ресурсов и календарного плана работ

а) 2, 4, 5, 1, 3

б) 2, 1, 3, 4, 5

в) 2, 1, 5, 3, 4

г) 2, 4, 1, 3, 5

13. Соотнесите различные типы пользователей по характеру активности и способы работы с ними в социальных сетях:

самостоятельная трансляция информации и создание виртуальной активности – участники дискуссий, генераторы контента, пассивные наблюдатели;

создание сети сообществ, с первоначальным оформлением и наполнением неким начальным контентом, с установкой на то, что в дальнейшем пользователи сами наполняют их коммуникацией – участники дискуссий, генераторы контента, пассивные наблюдатели;

активное осуществление комьюнити-менеджмента, т.е. открытие новых тем с приданием им начального импульса – участники дискуссий, генераторы контента, пассивные наблюдатели.

1. Отметьте варианты продвижения для компании/бренда в пространстве социальных

сетей (Выберите, пожалуйста, три варианта ответа)

- а) баннерная реклама
- б) SEO-оптимизация
- в) вирусный маркетинг
- г) поисковая реклама
- д) создание страницы компании/бренда

2. Выберите достоинства социального нетворкинга в области рекрутинга по сравнению с офлайновой активностью рекрутеров (Выберите, пожалуйста, три варианта ответа):

- а) рекрутеры могут проверять личность соискателя через информацию, содержащуюся в его личном аккаунте
- б) рекрутер может использовать онлайн-социальные сети для выяснения, имеются ли у него с кандидатом общие контакты
- в) рекрутер имеет возможность оставаться в контакте с кандидатом вне зависимости от того, принял ли он предложение рекрутера в данный момент времени
- г) рекрутеру нет необходимости покидать свой офис для личной встречи
- д) рекрутеры имеют возможность избегать за счет сетевого общения неприятных моментов личной коммуникации с кандидатами

3. Выделите эффективные способы привлечения в группу или на страницу мероприятия (Выберите, пожалуйста, три варианта ответа):

- а) френдинг
- б) анонсирование в сообществах со сходной тематикой
- в) медийная реклама
- г) спаминг
- д) офлайн-извещение

4. Наиболее оптимально начинать активную работу в социальных сетях по анонсированию и сопровождению мероприятия за:

- а) 1 год
- б) 2-3 месяца
- в) 8-10 месяцев
- г) полторы недели

5. Одним из наиболее эффективных способов «оживления» общения в группе или паблике и привлечения новых участников является:

- а) внедрение игровых механик
- б) размещение на ленте новостей прямой рекламы компании
- в) разработка офлайн-мероприятий

6. Социальные медиа – это:

- а) социально значимые информационные системы, не имеющие единого создателя и автора, информационные системы, содержание и форма которых целиком зависят от неограниченного числа их пользователей, находящихся в разных точках планеты
- б) общий термин для группы веб-приложений, контента, созданного пользователями этих приложений и сервисов, которые обеспечивают доступность вышеперечисленного любому, кто использует веб-браузер
- в) все ответы верны

7. Какие из перечисленных функций принадлежат блогам (выберите три варианта)?

- а) сплочение и удержание социальных связей

- б) виртуальные мемуары
- в) контроль информационного пространства сети
- г) повышение цифровой грамотности
- д) продвижение товаров и услуг

### **Типовые вопросы**

1. Как определяются социальные медиа в контексте информационного общества?
2. Какие особенности характеризуют аудитории социальных сетей?
3. Как проводится анализ конкурентов в социальных сетях?
4. Какие существуют способы взаимодействия с аудиторией?
5. Как работают социальные сети и какие алгоритмы они используют?
6. Какие способы продвижения контента существуют в социальных сетях и какие ключевые метрики необходимо отслеживать?
7. Как использовать социальные сети в работе журналиста?
8. Как развивается профессиональное блогерство в социальных сетях?
9. Как проводится фактчекинг в социальных медиа?
10. Какое социальное и этическое значение имеют социальные медиа в современном обществе?
11. Как социальные сети влияют на формирование общественного мнения?
12. Как социальные сети могут быть использованы для решения социальных проблем?
13. Как социальные сети изменяют традиционные формы коммуникации?
14. Как социальные сети влияют на формирование личности и идентичности человека?

### **Темы исследовательских, информационных, творческих проектов**

*Подготовка исследовательских проектов по темам:*

1. Э. Тоффлер об информационном обществе.
2. М. Маклюэн и его представление о медиа.
3. Информационное общество М. Кастельса.
4. Эволюция моделей технической инновации.
5. Социальное значение новых медиа.
6. Пользователь в парадигме Веб 2.0
7. Креативность массового пользователя. Принципы креативности в социальных медиа.
8. Концепция «экономики дарения» (gift economy) Дж. Ритцера.
9. Концепция «викиномики» (wikinomics) Т. Тарпскота и Г. Уильямса.
10. Сообщества обмена знаниями в социальных медиа

*Творческое задание*

1. Идеологические функции социальных медиа. Цензура и социальные медиа.
2. Психологические феномены неформальной интернет-коммуникации.
3. Психологические феномены деловой Интернет-коммуникации.
4. Фото- и видеохостинг как вид деятельности социальных медиа.
5. Проблема личного и публичного в контенте социальных сетей.
6. Политика конфиденциальности социальных медиа.
7. Блогосфера как внутренний голос «глобального мозга».

## Типовые вопросы к контрольным работам

8. Социальные медиа и принципы распространения информации в информационном пространстве.
9. Социальные сети и их применение в различных областях, таких как коммуникации, PR, продвижение.
10. Аудитории социальных сетей. Анализ аудитории в социальных сетях с учётом предпочтений и паттернов её поведения.
11. Понятие сетевого сообщества в социальных медиа.
12. Прямые и косвенные конкуренты. SMM-стратегии в социальных сетях. Методы SWOT-анализа в анализе конкурентов в социальных сетях.
13. Культурные исследования, теория архетипов, фреймворки и научные и маркетинговые исследования в работе с аудиторией.
14. Различия социальных сетей. Основные российские социальные сети. Влияние социальных сетей на развитие общества.
15. Виды контента, роли контента, контент-план и принципы этичного контента.
16. Способы продвижения контента в различных социальных сетях. Вовлеченность, конверсия, лояльность, основные метрики социальных сетей.
17. Влияние социальных сетей на работу журналиста. Типы контента СМИ для социальных сетей.
18. Принципы создания пользовательского контента. Блогосфера.
19. Верификация, дезинформация, информационный пузырь, кликбейт, первоисточник, пост-правда, факт, фактоид и фактчекинг.
20. Этические правила использования социальных сетей. Этический аспект PR-деятельности.

### 7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция);
2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

#### 1. Требование к теоретическому устному ответу

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

*Критерии оценивания:* последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами. Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

## **2. Творческие задания**

*Эссе* – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

*Критерии оценивания* - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка «хорошо» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции

Оценка «удовлетворительно» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если не выполнены никакие требования

## **3. Требование к решению ситуационной, проблемной задачи (кейс-измерители)**

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

*Критерии оценивания* – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся в целом выполнил все требования, но не совсем четко определяется опора на теоретические положения, изложенные в научной литературе по данному вопросу.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

#### **4. Интерактивные задания**

Механизм проведения диспут-игры (ролевой (деловой) игры).

Необходимо разбиться на несколько команд, которые должны поочередно высказать свое мнение по каждому из заданных вопросов. Мнение высказывающейся команды засчитывается, если противоположная команда не опровергнет его контраргументами. Команда, чье мнение засчитано как верное (не получило убедительных контраргументов от противоположных команд), получает один балл. Команда, опровергнувшая мнение противоположной команды своими контраргументами, также получает один балл. Побеждает команда, получившая максимальное количество баллов.

Ролевая игра как правило имеет фабулу (ситуацию, казус), распределяются роли, подготовка осуществляется за 2-3 недели до проведения игры.

*Критерии оценивания* – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, выполнения всех критериев.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

#### **5. Комплексное проблемно-аналитическое задание**

Задание носит проблемно-аналитический характер и выполняется в три этапа. На первом из них необходимо ознакомиться со специальной литературой.

Целесообразно также повторить учебные материалы лекций и семинарских занятий по темам, в рамках которых предлагается выполнение данного задания.

На втором этапе выполнения работы необходимо сформулировать проблему и изложить авторскую версию ее решения, на основе полученной на первом этапе информации.

Третий этап работы заключается в формулировке собственной точки зрения по проблеме. Результат третьего этапа оформляется в виде аналитической записки (объем: 2-2,5 стр.; 14

шрифт, 1,5 интервал).

*Критерий оценивания* - оценка учитывает: понимание проблемы, уровень раскрытия поставленной проблемы в плоскости теории изучаемой дисциплины, умение формулировать и аргументировано представлять собственную точку зрения, выполнение всех этапов работы.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

## **6. Исследовательский проект**

*Исследовательский проект* – проект, структура которого приближена к формату научного исследования и содержит доказательство актуальности избранной темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, историографии, обобщение результатов, выводы.

Результаты выполнения исследовательского проекта оформляется в виде реферата (объем: 12-15 страниц.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

*Критерии оценивания* - поскольку структура исследовательского проекта максимально приближена к формату научного исследования, то при выставлении учитывается доказательство актуальности темы исследования, определение научной проблемы, объекта и предмета исследования, целей и задач, источников, методов исследования, выдвижение гипотезы, обобщение результатов и формулирование выводов, обозначение перспектив дальнейшего исследования.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

## **7. Информационный проект (презентация)**

*Информационный проект* – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

*Критерии оценивания* - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует

информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

## **8. Дискуссионные процедуры**

*Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, мини-конференции* являются средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Задание дается заранее, определяется круг вопросов для обсуждения, группы участников этого обсуждения.

Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

– лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, не обязательно достигая общего мнения;

– смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию;

– смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

*Критерии оценивания* – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда все требования выполнены в полном объеме.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

## **9. Тестирование**

Является одним из средств контроля знаний обучающихся по дисциплине.

*Критерии оценивания* – правильный ответ на вопрос

Оценка «отлично» ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий

Оценка «хорошо» ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий

Оценка «удовлетворительно» ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если правильно выполнено менее 50% заданий

### **10. Требование к письменному опросу (контрольной работе)**

Оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

*Критерии оценивания:* последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами. Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

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

### **8.1. Основная учебная литература**

1. Пустовалов, А. В. Информационная деятельность в социальных сетях : учебное пособие / А. В. Пустовалов. — Пермь : Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2024. — 130 с. — ISBN 978-5-7944-4099-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/139945.html>

### **8.2. Дополнительная учебная литература**

1. Назарова, Н. Б. Лингвокультурологические аспекты английского языка : учебно-методическое пособие к практическим занятиям по дисциплине «Лингвокультурология» / Н. Б. Назарова, Е. В. Коробова, О. Л. Мохова. — Москва : Российский университет транспорта (МИИТ), 2022. — 103 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126361.html>
2. Халилов, Д. Метод скользкой горки: сторителлинг для Reels, Stories, TikTok-роликов и других форматов социальных сетей / Д. Халилов. — Москва : Альпина Паблишер, 2022. — 583 с. — ISBN 978-5-9614-4271-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122533.html> (дата обращения: 15.04.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

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

1. Федеральный образовательный портал [www.edu.ru](http://www.edu.ru)

2. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/ru>.
3. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (ПИНЦ) <http://elibrary.ru>

## **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. Microsoft Windows Server;
  2. Семейство ОС Microsoft Windows;
  3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;
  4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);
  5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);
  6. Электронная информационно-образовательная система ММУ: <https://elearn.mmu.ru/>
- Перечень используемого программного обеспечения указан в п.10 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 магистратуры, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.**

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся, в т.ч. адаптивные парты для ММГ (2 аудитории); комплект мебели для преподавателя; маркерная доска; демонстрационные столы (2 аудитории), вытяжной шкаф (1 аудитория).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; проектор; экран; компьютер в сборе для лиц с нарушениями зрения с клавиатурой Брайля (1 аудитория); переносное оборудование для слабослышащих: индукционная система (индукционная петля) LOOPHEAR-150.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

ОС семейства Microsoft Windows, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Yandex Browser, пакет LibreOffice, МТС Линк, Gimp, FreeCAD.

### **12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.**

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся, в т.ч. адаптивные парты для ММГ (2 аудитории); комплект мебели для преподавателя; маркерная доска; демонстрационные столы (2 аудитории), вытяжной шкаф (1 аудитория).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; проектор; экран; компьютер в сборе для лиц с нарушениями зрения с клавиатурой Брайля (1 аудитория); переносное оборудование для слабослышащих: индукционная система (индукционная петля) LOOPHEAR-150.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

ОС семейства Microsoft Windows, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Yandex Browser, пакет LibreOffice, МТС Линк, Gimp, FreeCAD.

### **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 Microsoft Office 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.

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

---

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

**«Социальные сети»**

|                                 |                                               |
|---------------------------------|-----------------------------------------------|
| <i>Направление подготовки</i>   | Лингвистика                                   |
| <i>Код</i>                      | 45.04.02                                      |
| <i>Направленность (профиль)</i> | Медиалингвистика и межкультурная коммуникация |
| <i>Квалификация выпускника</i>  | магистр                                       |

Москва  
2025 г.

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

| <b>Группа компетенций</b> | <b>Категория компетенций</b> | <b>Код</b> |
|---------------------------|------------------------------|------------|
| Профессиональные          | -                            | ПК-1, ПК-2 |

**4. Компетенции и индикаторы их достижения**

| <b>Код компетенции</b> | <b>Формулировка компетенции</b>                                                                                                                                                                      | <b>Индикаторы достижения компетенции</b>                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ПК-1</b>            | Способен обеспечить межкультурное взаимодействие в устной и письменной формах в официальной, неофициальной и профессиональной сферах общения.                                                        | ПК-1.1. Обеспечение межкультурного общения в различных профессиональных сферах.<br>ПК-1.2. Выполнение функций посредника в сфере межкультурной коммуникации.                                                                                                                 |
| <b>ПК-2</b>            | Способен осуществлять устный и письменный перевод различного рода текстов с соблюдением норм лексической эквивалентности, грамматических, синтаксических и стилистических аспектов исходного текста. | ПК-2.1. Выполнять письменный и устный перевод с соблюдением лексической эквивалентности, грамматической, синтаксической и стилистической норм.<br>ПК-2.2. Владеть навыками постпереводческого редактирования перевода текстов в зависимости от поставленной задачи перевода. |

**3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине**

**3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине**

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

| <b>Дескрипторы по дисциплине</b> | <b>Знать</b> | <b>Уметь</b> | <b>Владеть</b> |
|----------------------------------|--------------|--------------|----------------|
| <b>Код компетенции</b>           | <b>ПК-1</b>  |              |                |

|                            |                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                         |                                                                                                                               |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                            | Обеспечение<br>межъязыкового<br>общения в различных<br>профессиональных<br>сферах.                                                                                                                                          | Выполнять функции<br>посредника в сфере<br>межкультурной<br>коммуникации                                                                                | Навыками<br>постпереводческо<br>го редактирования<br>перевода текстов<br>в зависимости от<br>поставленной<br>задачи перевода. |
| <b>Код<br/>компетенции</b> | <b>ПК-2</b>                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                         |                                                                                                                               |
|                            | Осуществление устного<br>и письменного перевод<br>различного рода<br>текстов с соблюдением<br>норм лексической<br>эквивалентности,<br>грамматических,<br>синтаксических и<br>стилистических<br>аспектов исходного<br>текста | Выполнять письменный и<br>устный перевод с<br>соблюдением лексической<br>эквивалентности,<br>грамматической,<br>синтаксической и<br>стилистической норм | устного и<br>письменного<br>перевод<br>различного рода<br>текстов                                                             |

### 3.2. Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

| <b>Шкала<br/>оценив<br/>ания</b> | <b>Индикаторы<br/>достижения</b> | <b>Показатели оценивания результатов обучения</b> |
|----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------------------|
|----------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------------------|

|                   |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОТЛИЧНО           | Знает:   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы,</li> <li>- на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                   | 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: | <ul style="list-style-type: none"> <li>- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.;</li> </ul> При решении продемонстрировал навыки <ul style="list-style-type: none"> <li>- выделения главного,</li> <li>- связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов,</li> <li>- изложения мыслей в логической последовательности,</li> <li>- самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.</li> </ul>        |
| ХОРОШО            | Знает:   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы,</li> <li>- затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                   | 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: | <ul style="list-style-type: none"> <li>- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.;</li> </ul> При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков <ul style="list-style-type: none"> <li>- выделения главного,</li> <li>- изложения мыслей в логической последовательности.</li> <li>- связки теоретических положений с требованиями руководящих документов,</li> <li>- самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.</li> </ul> |
| УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО | Знает:   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении;</li> <li>- показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы;</li> <li>- слабо аргументирует научные положения;</li> <li>- практически не способен сформулировать выводы и обобщения;</li> <li>- частично владеет системой понятий.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                             |

|                                     |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                     | 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.;<br>При решении продемонстрировал недостаточность навыков<br>- выделения главного,<br>- изложения мыслей в логической последовательности.<br>- связи теоретических положений с требованиями руководящих документов,<br>- самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии. |
| Компетенция не достигнута           |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| НЕУД<br>ОВЛЕ<br>ТВОР<br>ИТЕЛ<br>ЬНО | Знает:   | - студент не усвоил значительной части материала;<br>- не может аргументировать научные положения;<br>- не формулирует квалифицированных выводов и обобщений;<br>- 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 знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности, характеризующих формирование компетенций в процессе освоения образовательной программы**

Типовые контрольные задания для проверки знаний студентов (пороговый уровень формирования компетенций):

**Типовые тесты**

- К интернет-ресурсам Web 2.0 относятся следующие сервисы (Выберите, пожалуйста, три варианта ответа):
  - блоги
  - профессиональные новостные порталы
  - социальные сети
  - онлайн-игры
  - традиционные корпоративные сайты
- Ключевой отличительной характеристикой социальных медиа является:
  - выполнение функции новостного медиа

- б) наличие социальных связей между пользователями
- в) вовлечение пользователей в производство контента

3. Какой тип социальных связей находит себе наибольшую поддержку на платформе социальных медиа?

- а) слабые социальные связи со знакомыми
- б) сильные социальные связи с близкими родственниками
- в) глобальные социальные связи с незнакомцами

4. К реальным опасностям и угрозам, создаваемым социальными медиа, относятся (Выберите, пожалуйста, три варианта ответа)

- а) разрушение коммуникаций в оффлайне
- б) отвлечение аудитории от телевизионного просмотра
- в) разрушение патентной защиты инноваций в силу коллаборативного производства контента
- г) интернет-зависимость
- д) бесконтрольное распространение информации через социальные медиа с нарушением авторских прав

5. Соотнесите термины и их определения:

осознание личностью своей принадлежности к той или иной социально-личностной позиции в рамках социальных ролей и эго-состояний – никнейм, аватарка, идентичность, самопрезентация;

сетевое имя, псевдоним, используемый пользователем в Интернете – никнейм, аватарка, идентичность, самопрезентация; процесс представления себя в отношении социально и культурно принятых способов действия и поведения никнейм, аватарка, идентичность, самопрезентация;

изображение (картинка /фото), визуально представляющее пользователя Сети – никнейм, аватарка, идентичность, самопрезентация .

6. Творение персоны в Сети в режиме компенсации ущербности обусловлено следующими мотивами сетевой самопрезентации (Выберите, пожалуйста, три варианта ответа):

- а) неудовлетворённость реальной социальной идентичностью
- б) уход от «нормативности» социальной действительности
- в) стремление к эффективному взаимодействию
- г) испытание нового опыта
- д) органичное отражение реальной социальной идентичности

7. Соотнесите типы бизнеса и преобладающий тип пользовательской активности:

тематика ритейла (сетевые розничные магазины) – преобладание генераторов контента, преобладание пассивных наблюдателей, преобладание активных участников дискуссий; финансовая тематика (банки, страховые операторы, брокерские компании) – преобладание генераторов контента, преобладание пассивных наблюдателей, преобладание активных участников дискуссий;

телеком-тематика (мобильная связь, мобильные устройства, гаджеты) – преобладание генераторов контента, преобладание пассивных наблюдателей, преобладание активных участников дискуссий

8. «Адвокат бренда» (в парадигме социальных медиа) – это:

- а) компетентный сотрудник компании, который в дискуссиях с обычными пользователями

социальных сетей отстаивает конкурентные преимущества бренда компании

б) коммуникатор, который выступает в интересах компании (или некоммерческой организации) в местах общения пользователей Интернета, социальных сетях, блогах, сообществах и форумах

в) юрист-профессионал, который отстаивает интересы бренда/компании в судах

9. В функции адвоката бренда/дружественного блогера входит (Выберите, пожалуйста, три варианта ответа):

а) стимулирование интереса интернет-аудитории к компании/продукту/бренду

б) общение через сетевые ресурсы с юридическими партнерами бренда

в) просвещение потребителей и рекомендации эксперта по покупкам

г) отстаивание репутации бренда перед судами и государственными службами посредством использования системы «электронного правительства»

д) вовлечение посетителей в разговор о компании/продукте/проекте

10. Выберите правильные рекомендации по эффективному ведению корпоративного блога (Выберите, пожалуйста, три варианта ответа):

а) Осуществляйте преимущественное продвижение корпоративного блога с помощью такого бесплатного инструмента, как спам

б) Пишите броские, цепляющие заголовки

в) Пишите посты в блоге строго научно-профессиональным языком, понятным только сведущим

г) Размещайте в блоге побуждения к потребительскому действию

д) Используйте разметку текста и вёрстку

е) Не пишите в блоге о достоинствах вашего продукта

11. SMM представляет собой:

а) деятельность по перенаправлению трафика посетителей с социальных сетей на корпоративный сайт бренда

б) деятельность по оптимизации группы/паблика под работу поисковых систем

в) комплекс мер по продвижению бренда, продукта, компании или организации в социальных сетях

12. Определите последовательность действий по продвижению в социальных сетях

1 – разработка рекламной или PR-концепции

2 – определение целевой аудитории компании/бренда, ключевых коммуникационных и маркетинговых задач

3 – определение системы мониторинговых метрик

4 – выбор коммуникационных площадок с высокой концентрацией целевой аудитории

5 – определение необходимых ресурсов и календарного плана работ

а) 2, 4, 5, 1, 3

б) 2, 1, 3, 4, 5

в) 2, 1, 5, 3, 4

г) 2, 4, 1, 3, 5

13. Соотнесите различные типы пользователей по характеру активности и способы работы с ними в социальных сетях:

самостоятельная трансляция информации и создание виртуальной активности – участники дискуссий, генераторы контента, пассивные наблюдатели;

создание сети сообществ, с первоначальным оформлением и наполнением неким начальным контентом, с установкой на то, что в дальнейшем пользователи сами наполняют их

коммуникацией – участники дискуссий, генераторы контента, пассивные наблюдатели; активное осуществление комьюнити-менеджмента, т.е. открытие новых тем с приданием им начального импульса – участники дискуссий, генераторы контента, пассивные наблюдатели.

14. Отметьте варианты продвижения для компании/бренда в пространстве социальных сетей (Выберите, пожалуйста, три варианта ответа)

- а) баннерная реклама
- б) SEO-оптимизация
- в) вирусный маркетинг
- г) поисковая реклама
- д) создание страницы компании/бренда

15. Выберите достоинства социального нетворкинга в области рекрутинга по сравнению с офлайновой активностью рекрутеров (Выберите, пожалуйста, три варианта ответа):

- а) рекрутеры могут проверять личность соискателя через информацию, содержащуюся в его личном аккаунте
- б) рекрутер может использовать онлайн-социальные сети для выяснения, имеются ли у него с кандидатом общие контакты
- в) рекрутер имеет возможность оставаться в контакте с кандидатом вне зависимости от того, принял ли он предложение рекрутера в данный момент времени
- г) рекрутеру нет необходимости покидать свой офис для личной встречи
- д) рекрутеры имеют возможность избегать за счет сетевого общения неприятных моментов личной коммуникации с кандидатами

16. Выделите эффективные способы привлечения в группу или на страницу мероприятия (Выберите, пожалуйста, три варианта ответа):

- а) френдинг
- б) анонсирование в сообществах со сходной тематикой
- в) медийная реклама
- г) спаминг
- д) офлайн-извещение

17. Наиболее оптимально начинать активную работу в социальных сетях по анонсированию и сопровождению мероприятия за:

- а) 1 год
- б) 2-3 месяца
- в) 8-10 месяцев
- г) полторы недели

18. Одним из наиболее эффективных способов «оживления» общения в группе или паблике и привлечения новых участников является:

- а) внедрение игровых механик
- б) размещение на ленте новостей прямой рекламы компании
- в) разработка оффлайн-мероприятий

19. Социальные медиа – это:

- а) социально значимые информационные системы, не имеющие единого создателя и автора, информационные системы, содержание и форма которых целиком зависят от неограниченного числа их пользователей, находящихся в разных точках планеты
- б) общий термин для группы веб-приложений, контента, созданного пользователями этих приложений и сервисов, которые обеспечивают доступность вышеперечисленного любому,

кто использует веб-браузер

в) все ответы верны

20. Какие из перечисленных функций принадлежат блогам (выберите три варианта)?

а) сплочение и удержание социальных связей

б) виртуальные мемуары

в) контроль информационного пространства сети

г) повышение цифровой грамотности

д) продвижение товаров и услуг

### Ответы

|    |                                                                                                                             |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | авг                                                                                                                         |
| 2  | в                                                                                                                           |
| 3  | в                                                                                                                           |
| 4  | вгд                                                                                                                         |
| 5  | идентичность, никнейм,<br>самопрезентация, аватарка                                                                         |
| 6  | абг                                                                                                                         |
| 7  | преобладание пассивных<br>наблюдателей, преобладание<br>активных участников дискуссии,<br>преобладание генераторов контента |
| 8  | б                                                                                                                           |
| 9  | авд                                                                                                                         |
| 10 | бгд                                                                                                                         |
| 11 | в                                                                                                                           |
| 12 | г                                                                                                                           |
| 13 | пассивные наблюдатели, участники<br>дискуссий, генераторы контента                                                          |
| 14 | авд                                                                                                                         |
| 15 | абв                                                                                                                         |
| 16 | абв                                                                                                                         |
| 17 | б                                                                                                                           |
| 18 | а                                                                                                                           |
| 19 | а                                                                                                                           |
| 20 | абд                                                                                                                         |

### Типовые вопросы

1. Как определяются социальные медиа в контексте информационного общества?
2. Какие особенности характеризуют аудитории социальных сетей?
3. Как проводится анализ конкурентов в социальных сетях?
4. Какие существуют способы взаимодействия с аудиторией?
5. Как работают социальные сети и какие алгоритмы они используют?
6. Какие способы продвижения контента существуют в социальных сетях и какие ключевые метрики необходимо отслеживать?
7. Как использовать социальные сети в работе журналиста?
8. Как развивается профессиональное блогерство в социальных сетях?

9. Как проводится фактчекинг в социальных медиа?
10. Какое социальное и этическое значение имеют социальные медиа в современном обществе?
11. Как социальные сети влияют на формирование общественного мнения?
12. Как социальные сети могут быть использованы для решения социальных проблем?
13. Как социальные сети изменяют традиционные формы коммуникации?
14. Как социальные сети влияют на формирование личности и идентичности человека?

### **Темы исследовательских, информационных, творческих проектов**

*Подготовка исследовательских проектов по темам:*

1. Э. Тоффлер об информационном обществе.
2. М. Маклюэн и его представление о медиа.
3. Информационное общество М. Кастельса.
4. Эволюция моделей технической инновации.
5. Социальное значение новых медиа.
6. Пользователь в парадигме Веб 2.0
7. Креативность массового пользователя. Принципы креативности в социальных медиа.
8. Концепция «экономики дарения» (gift economy) Дж. Ритцера.
9. Концепция «викиномики» (wikinomics) Т. Тарпскота и Г. Уильямса.
10. Сообщества обмена знаниями в социальных медиа

*Творческое задание*

1. Идеологические функции социальных медиа. Цензура и социальные медиа.
2. Психологические феномены неформальной интернет-коммуникации.
3. Психологические феномены деловой Интернет-коммуникации.
4. Фото- и видеохостинг как вид деятельности социальных медиа.
5. Проблема личного и публичного в контенте социальных сетей.
6. Политика конфиденциальности социальных медиа.
7. Блогосфера как внутренний голос «глобального мозга».

### **Типовые вопросы к контрольным работам**

1. Социальные медиа и принципы распространения информации в информационном пространстве.
2. Социальные сети и их применение в различных областях, таких как коммуникации, PR, продвижение.
3. Аудитории социальных сетей. Анализ аудитории в социальных сетях с учётом предпочтений и паттернов её поведения.
4. Понятие сетевого сообщества в социальных медиа.
5. Прямые и косвенные конкуренты. SMM-стратегии в социальных сетях. Методы SWOT-анализа в анализе конкурентов в социальных сетях.
6. Культурные исследования, теория архетипов, фреймворки и научные и маркетинговые исследования в работе с аудиторией.
7. Различия социальных сетей. Основные российские социальные сети. Влияние социальных сетей на развитие общества.
8. Виды контента, роли контента, контент-план и принципы этичного контента.
9. Способы продвижения контента в различных социальных сетях. Вовлеченность, конверсия, лояльность, основные метрики социальных сетей.
10. Влияние социальных сетей на работу журналиста. Типы контента СМИ для социальных

сетей.

11. Принципы создания пользовательского контента. Блогосфера.
12. Верификация, дезинформация, информационный пузырь, кликбейт, первоисточник, пост-правда, факт, фактоид и фактчекинг.
13. Этические правила использования социальных сетей. Этический аспект PR-деятельности.

## **5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов достижения компетенций**

Специфика формирования компетенций и их измерение определяется структурированием информации о состоянии уровня подготовки обучающихся.

Алгоритмы отбора и конструирования заданий для оценки достижений в предметной области, техника конструирования заданий, способы организации и проведения стандартизированных оценочных процедур, методика шкалирования и методы обработки и интерпретации результатов оценивания позволяют обучающимся освоить компетентностно-ориентированные программы дисциплин.

Формирование компетенций осуществляется в ходе всех видов занятий, практики, а контроль их сформированности на этапе текущей, промежуточной и итоговой аттестации.

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- опросы: устный, письменный;
- задания для практических занятий;
- ситуационные задания;
- контрольные работы;
- коллоквиумы;
- написание реферата;
- написание эссе;
- решение тестовых заданий;
- экзамен.

### **Опросы по вынесенным на обсуждение темам**

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении аттестации в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения заданий. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Письменные опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время.

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения аттестации, когда необходимо проверить знания обучающихся по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения

материала, обоснованность суждений.

### **Решение заданий (кейс-методы)**

Решение кейс-методов осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) обучающегося по применению содержания основных понятий и терминов дисциплины вообще и каждой её темы в частности.

Обучающемуся объявляется условие задания, решение которого он излагает либо устно, либо письменно.

Эффективным интерактивным способом решения задания является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременно разбором результатов во время практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения заданий анализируется понимание обучающимся конкретной ситуации, правильность её понимания в соответствии с изучаемым материалом, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки рассматриваемого вопроса, умением выявить основные положения затронутого вопроса.

### **Решение заданий в тестовой форме**

Проводится тестирование в течение изучения дисциплины

Не менее чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен определить обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.