

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ:  
Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланев

«15» июня 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

**Социальные медиа**

по направлению подготовки

**39.03.03 Организация работы с молодежью**

Направленность (профиль) подготовки:

**«Социально-гуманитарные технологии сопровождения молодежных инициатив»**

Форма обучения

**Очная**

Квалификация

**Бакалавр**

Год приема

**2020**

Код дисциплины в учебном плане: Б1.В.ДВ.03.01

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

Подс М.А. Подойницина

Председатель УМК

Щеглова Э.А. Щеглова

## **1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

- ОПК-5 – Способен планировать и организовывать массовые мероприятия для молодежи.
- ПК-1 – Способен организовывать мероприятия в сфере молодежной политики.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИОПК-5.1. Учитывает социально-психологические особенности молодежной аудитории при планировании и организации массовых мероприятий для молодежи;

ИОПК-5.2. Использует современные социальные технологии работы с молодежью при планировании и организации массовых мероприятий;

ИПК-1.2. Разрабатывает программы мероприятий в соответствии с основными направлениями государственной молодежной политики и актуального состояния потребностей по организации мероприятий в молодежной среде;

ИПК-1.3. Применяет современные формы, методы, технологии работы с молодежью при организации и проведении мероприятий в сфере молодежной политики.

## **2. Задачи освоения дисциплины**

Сформировать у студентов знание принципов функционирования социальных медиа, понимание электронно-сетевых характеристик медиакommunikационных систем региона, страны и мира, способность разрабатывать и осуществлять коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда на платформах социальных медиа.

## **3. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, предлагается обучающимся на выбор.

## **4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине**

Семестр 5, зачет.

## **5. Входные требования для освоения дисциплины**

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам: «Компьютерные технологии в науке и образовании», «Психологические основы работы с молодежью», «Социология», «Социология молодежи».

## **6. Язык реализации**

Русский

## **7. Объем дисциплины (модуля)**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа, из которых:

– практические занятия: 2 ч.;

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

Электронный курс в формате MOOC на платформе ТГУ.

## **8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам**

**Тема 1.** Социальные медиа в сети Интернет. История, развитие и принципы функционирования сети Интернет.

1. История, развитие и принципы функционирования сети Интернет. Интернет как средство масс-медиа. Природа Веб-пространства. Веб-эволюция. Возникновение Веб 2.0 и идеология социального Интернета. История «социального» Интернета.).

2. Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации. Современная информационная система. Социальная сеть. Содержание понятия «социальные медиа». Отличие социальных медиа от традиционных медиа. Пользовательский контент (UGC — user-generated content). Базовые принципы построения отделов рекламы.

3. Принципы социальных медиа. Формы социальных медиа (social networking (знакомство, личное общение), collaboration work («коллаборативное творчество», совместная работа с информацией, её создание и преобразование), social knowledge bases (публикация контейнеров контента, не связанных хронологически), social information broadcasting, unique content creation (создание уникального контента), re-sharing (распространение чужого контента). Классификация социальных медиа.

4. Социальные медиа и изменения в поведении пользователей. Концепция Grounds well. Социально-демографические и life-style особенности аудитории социальных сетей. Социально-технографический портрет пользователей социальных медиа. Влияние возраста, образования и социального статуса, открытость, мобильность, готовность к игре.

5. Сетевые сообщества как способ самоорганизации пользователей. Типология социальных групп. Конструирование социальной реальности. Мотивы участия пользователей в предоставлении контента. Принципы формирования сетевого сообщества.

6. Социальная сеть как капитал социального объекта. Принципы действия и инструментарий социальных сетей в Интернет. Экономика участия: коворкинговые и краудсорсинговые технологии. Определения сетевого коворкинга, краудсорсинга, краудфандинга, краудинвестинга, краудлендинга.

7. Поиск и классификация информации в сети. Безопасность в Веб 2.0. Этика и этикет общения в социальных медиа.

## **Тема 2.** Типы социальных медиа: социальные сети, блоги, мультимедиа хостинги.

1. Ресурсные характеристики, примеры, параметры выбора, ключевые преимущества, сильные стороны, слабые стороны. Виды блогов. Рассмотрение ресурсных возможностей на примере популярных блог-платформ (Blogger, LJ, WordPress).

2. Рассмотрение ресурсных возможностей микроблоггинга на примере сервиса Twitter. Структура и виды сообщений, ведение микроблога, взаимный фолловинг, методы привлечения читателей, инструменты статистики, приложения. Популярные блоггеры Рунета.

3. Ресурсные характеристики, примеры, параметры выбора, ключевые преимущества, сильные стороны, слабые стороны. Рассмотрение ресурсных возможностей на примере популярных социальных сетей Facebook и Вконтакте (профиль, группы и паблики, инструменты статистики, виды сообщений, приложения и вкладки, организация конкурсов и акций).

4. Ресурсные характеристики, примеры, параметры выбора, ключевые преимущества, сильные стороны, слабые стороны. Рассмотрение ресурсных возможностей на примере Instagram и Pinterest.

5. Визуальный характер коммуникации, особенности создания аккаунта (глянцевые и брендированные аккаунты), фото- и видеоконтент, использование фильтров, конкурсы, скидки, бонусы, использование хэштегов, кросспостинг, использование приложений.

6. Ресурсные характеристики видео-хостингов, примеры, параметры выбора, ключевые преимущества, сильные стороны, слабые стороны. Рассмотрение ресурсных возможностей на примере Youtube.

## 9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем оценивания подготовленных и выполненных модульных тестов и проектных заданий и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

## 10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Система контроля и оценки знаний обучающихся представлена в курсе набором тестовых заданий в конце каждого модуля и итоговым тестированием, включающим 50 тестовых заданий. Тестирование предусматривает автоматический режим проверки и базируется на вопросах, обозначенных в лекциях и дополнительных источниках информации, изучаемых в ходе самостоятельной работы.

Зачет в семестре проводится в форме итогового тестирования в онлайн-формате. Продолжительность зачета в течение 40 минут.

## 11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

в) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

## 12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

1. Глухов А. П. Социальные медиа : учебно-методический комплекс : [для студентов вузов по направлению 39.03.03 "Организация работы с молодежью"] / А. П. Глухов ; Том.гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551417>

2. Нургалева Л. В. Проблемы изучения виртуальных сообществ : учебно-методическое пособие / Нургалева Л. В. ; Том.гос. ун-т, Ин-т дистанционного образования. - Томск : ИДО ТГУ, 2006. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000243881>

3. Спичева Д. И. Цифровой имидж (on- и off-line) : учебно-методический комплекс : [для студентов вузов по направлению 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью"] / Д. И. Спичева ; Том.гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551423>

4. Фещенко А. В. Современные технологии публикации и распространения информации в Интернет : учебно-методический комплекс / А. В. Фещенко ; Том.гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск : [ИДО ТГУ], 2010. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000405403>

5. Фещенко А. В. Технологии Веб 2.0 : учебно-методический комплекс / А. В. Фещенко ; Том.гос. ун-т, Ин-т дистанционного образования. - Томск : ИДО ТГУ, 2009. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000385491>

6. Стаховская Ю. М. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет : учебно-методический комплекс / Ю. М. Стаховская ; Том.гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск: [ИДО ТГУ], 2011. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000422675>

Бычкова М. Н. Имиджевые Интернет-технологии : учебно-методический комплекс : [для студентов вузов по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"] / М. Н. Бычкова ; Том.гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000547534>– ...

б) дополнительная литература:

1. Глухов А. П. Платформы социальных медиа: история, аудитории, возможности использования : массовый открытый онлайн-курс / А. П. Глухов, Г. А. Окушова, Ю. М. Стаховская ; Том.гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551440>
2. Глухов А. П. SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности : массовый открытый онлайн-курс / А. П. Глухов, Н. А. Карнаухова ; Том.гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551436>
3. Глухов А. П. Основы SMM: тренды, аудитории, платформы, аналитика : массовый открытый онлайн-курс / А. П. Глухов, Г. А. Окушова, Ю. М. Стаховская ; Том.гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551437>
4. Носова С. С. Блоггинг : учебно-методический комплекс / С. С. Носова ; Том.гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск : [ИДО ТГУ], 2012. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000461117>
5. Галкин Д. В. Системы искусственного интеллекта : учебно-методический комплекс / Д. В. Галкин ; Том.гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск : [ИДО ТГУ], 2012. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000460667>
6. Галкин Д. В. Компьютерные игры как явление современной культуры : учебно-методический комплекс / Галкин Д. В. ; Том.гос. ун-т, Ин-т дистанционного образования. - Томск : ИДО ТГУ, 2007. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000244219>
7. Лукина Н. П. Идеология информационного общества : учебно-методический комплекс / Лукина Н. П. ; Том.гос. ун-т, Ин-т дистанционного образования. - Томск : ИДО ТГУ, 2007. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000244290>
8. Стукова А. О. Социальные сети как пространство репрезентации и идентификации (на примере Instagram): выпускная бакалаврская работа по направлению подготовки: 51.03.01 - Культурология / Стукова, Алина Олеговна - Томск: [б.и.], 2019. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vital:10071>
9. Фещенко А. В. Социальные сети как инструменты электронного обучения: анализ опыта российских студентов / А. В. Фещенко // Информационные технологии в гуманитарных науках : тезисы докладов Международной научно-практической конференции, 21-22 сентября 2015 г., Красноярск. Красноярск, 2015. С. 70-73. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000538787>

в) ресурсы сети Интернет:

1. Информационно-справочные материалы портала «Лайкни. Все про Digital-маркетинг и SMM»: <http://www.likeni.ru/>
2. Информационно-справочные материалы сайта Connect-Universum (модератор ресурса – кафедра социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ) :<http://connect-universum.com>
3. Информационно-справочные материалы корпоративного сайта компании Ingate и ее медиа- и просветительские проекты: <http://www.ingate.ru/>
4. Информационно-справочные материалы Cossa.ru - информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде: <http://www.cossa.ru/>
5. Информационно-справочные материалы портала Web-агентства Web2Win, специализирующегося в тематиках интернет-маркетинга и интернет-бизнеса: <http://www.web2win.ru/>

6. Научная библиотека национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>

7. Электронный университет MOODLE (ТГУ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moodle.tsu.ru/> - курс «Социальные медиа».

### **13. Перечень информационных технологий**

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

– Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);  
– публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

– Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>

– Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>

– ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>

– ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>

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

– ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>

– ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

### **14. Материально-техническое обеспечение**

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешанном формате («Актру»).

### **15. Информация о разработчиках**

Глухов Андрей Петрович, кандидат философских наук, доцент, кафедра социальных коммуникаций ФП НИ ТГУ, доцент