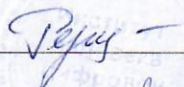


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

САЕ «Институт человека цифровой эпохи»

УТВЕРЖДАЮ:  
Руководитель ОПОП:

  
З.И. Резанова  
« 31 » августа 20 22 г.

Рабочая программа дисциплины

**Социальные медиа: оцифровка всех коммуникаций**

по направлению подготовки

**45.04.03 Фундаментальная и прикладная лингвистика**

Направленность (профиль) подготовки :  
**Компьютерная и когнитивная лингвистика**

Форма обучения  
**Очная**

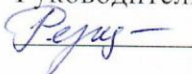
Квалификация  
**Магистр**

Год приема  
**2022**

Код дисциплины в учебном плане: ФТД.2

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

  
З.И. Резанова

Председатель УМК

  
Ю.А. Тихомирова

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

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

– ОПК-4 способность расширять сферу научной деятельности, участвовать в междисциплинарных исследованиях на стыке наук

– ПК-3 способность разрабатывать системы автоматической обработки звучащей речи и письменного текста на естественном языке, лингвистические компоненты электронных ресурсов и интеллектуальных электронных систем (лингвистические корпуса, словари, онтологии, базы данных)

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИПК-3.2 Разрабатывает лингвистические компоненты электронных ресурсов (лингвистические корпуса, словари).

ИОПК-4.3 Способен участвовать в исследованиях и прикладных проектах в сфере междисциплинарного взаимодействия лингвистики и наук гуманитарного, математического и естественно-научного циклов.

## **2. Задачи освоения дисциплины**

1) формирование базовых знаний о специфике социальных медиа как нового типа средств массовой информации и коммуникации;

2) формирование понимания студентами принципов и механизмов коммуникации в сетевых сообществах;

3) развитие практических умений использования возможностей социальных медиа в профессиональной деятельности, в т.ч. в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

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

Дисциплина относится к обязательной части образовательной программы.

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

Третий семестр, зачет

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

Входных требований нет.

## **6. Язык реализации**

Русский

## **7. Объем дисциплины**

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

-лекции: 6 ч.

-практические занятия: 16 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

## **8. Содержание дисциплины, структурированное по темам**

Раздел 1. Социальные медиа: особенности, сервисы, поведенческие стратегии

1.1. Социальные медиа в коммуникационной среде Интернета

1.2. Сервисы социальных медиа

- 1.3. Поведенческие особенности и социальные роли в социальных сообществах
  - 1.4. Подготовка доклада, выполнение творческого задания
- Текущий контроль успеваемости

## Раздел 2. Основы продвижения в социальных медиа

- 2.1. Принципы и формы реализации SMM
- 2.2. Мониторинг информации и анализ эффективности присутствия в социальных медиа
- 2.3. Реализация проекта продвижения в социальных сетях
- 2.4. Подготовка к дискуссии, решение кейсов, выполнение проекта

### 9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения контрольных работ, тестов по лекционному материалу и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

За каждое выполненное контрольное задание студент получает баллы по десятибалльной системе оценивания: Результат считается зачтенным, если магистрант получает выше 4 балла (по десятибалльной системе) по критериям оценивания результатов обучения согласно карте компетенций настоящей программы (см. таблица 1 ФОС).

Порядок расчета итогового балла и критерии оценки за выполнение заданий в течение семестра:

0 баллов – на занятии отсутствовал, задание не выполнено.

1 балл – на занятии присутствовал, но задание, в целом, выполнено неправильно, оформление не соответствует требованиям

2 балла – задание выполнено правильно лишь частично, оформление не соответствует большинству требований

3 балла – задание выполнено правильно только наполовину, оформление лишь частично соответствует требованиям

4 балла - задание в целом выполнено, но оформление соответствует не всем требованиям

5 баллов - задание выполнено, но есть серьезные претензии к обобщениям и интерпретации результатов

6 баллов – задание выполнено, но в оформлении слабо выражена аналитическая позиция

7 баллов - выполнение задания и оформление результатов в целом соответствует требованиям, хотя есть незначительные замечания

8 баллов – выполнение задания и оформление результатов в полной мере соответствует требованиям

9 баллов - при выполнении задания и оформлении результатов ярко проявляется исследовательская позиция студента

10 баллов – выполнение задания и оформление результатов свидетельствуют о творчестве, инициативности и трудолюбии студента; отличаются оригинальностью

### 10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет проводится в форме итогового тестирования. К сдаче зачета студенты допускаются при прохождении всех модульных тестов.

Итоговый тест проверяет компетенции ИПК-3.2, ИОПК-4.3

Примерная инструкция по выполнению тестовых заданий

Для проверки и последующего анализа своих знаний Вам предлагается пройти тестовые задания, состоящие из различного числа вопросов.

На выполнение тестовых заданий отводится 40 минут.

По структуре формирования ответа различают следующие типы заданий:

— тесты единственного выбора – предусматривают выбор одного правильного ответа из нескольких предложенных вариантов,

— тесты множественного выбора – предполагают выбор нескольких правильных ответов из ряда предложенных,

— тесты на восстановление последовательности – предполагают размещение в правильном порядке предложенных вариантов ответа,

— тесты на восстановление соответствия – предполагают восстановление соответствия между элементами двух множеств,

Перед выполнением задания внимательно прочитайте его формулировку и предлагаемые варианты ответа. Отвечайте только после того, как Вы поняли вопрос и проанализировали все варианты ответа.

Тестовые задания оцениваются в баллах. Постарайтесь выполнить как можно больше заданий и набрать наибольшее количество баллов. По завершении тестирования баллы суммируются. В результате Вы получаете оценку в баллах.

## I. Вопросы единственного выбора

Выберите один правильный ответ из нескольких предложенных вариантов:

1. Сохранение слабых связей в социальных сетях позволяет ... (Выберите, пожалуйста, ОДИН вариант правильного ответа):

- А) Увеличивать объем социального капитала
- Б) Сократить объем социального капитала
- В) Сократить социальные контакты с близкими родственниками

Баллов за правильный ответ: 0,3

2. Технология социальных сетей позволяет инициировать отношения с ... (Выберите, пожалуйста, ОДИН вариант правильного ответа):

- А) Высоким уровнем обязательств
- Б) Вообще без обязательств
- В) Низким уровнем обязательств

Баллов за правильный ответ: 0,3

3. Общение через социальные сети способствует ... (Выберите, пожалуйста, ОДИН вариант правильного ответа):

- А) Вызывает психологический стресс
- Б) Возрастают психологические барьеры и комплексы
- В) Снятию психологических барьеров

Баллов за правильный ответ: 0,3

## II. Вопросы множественного выбора

Выберите все правильные ответы из ряда предложенных:

1. Сервисы социальных сетей обладают следующими преимуществами в плане установления социальных контактов ... (Выберите, пожалуйста, ТРИ варианта правильных ответов):

- А) Поиск и фильтрация контактов
- Б) Визуализация контактов
- В) Инициативность коммуникации
- Г) Непосредственность общения
- Д) Реактивный характер общения
- Е) Вербализация контактов

Баллов за правильный ответ: 0,4

2. Для общения в виртуальном пространстве социальных сетей, по сравнению с офлайн-общением, характерны ... (Выберите, пожалуйста, ТРИ варианта правильных ответов):

- А) Большие возможности управления впечатлениями о себе
- Б) Слабая демаркация публичного и приватного пространства
- В) Низкие психологические издержки вступления в контакт
- Г) Высокие психологические издержки вступления в контакт
- Д) Четкая демаркация публичного и приватного пространства
- Е) Меньшие возможности управления впечатлениями о себе

Баллов за правильный ответ: 0,4

3. Выделите какие элементы НЕ являются ключевыми принципами коммуникации в социальных медиа (Выберите, пожалуйста, ТРИ варианта правильных ответов):

- А) Интерактивность
- Б) Открытость платформы
- В) Коворкинг
- Г) Пиринг
- Д) Монологичность
- Е) Отсутствие обратной связи
- Ж) Невозможность подгрузки собственного контента

Баллов за правильный ответ: 0,4

4. Выделите, какие константные опции используются во всех известных социальных сетях для организации групп френдов-единомышленников ... (Выберите, пожалуйста, ТРИ варианта правильных ответов):

- А) Базовая информация группы
- Б) Дискуссионный форум
- В) Визуализированный список участников
- Г) Возможности подписки на постинг других пользователей
- Д) Функция накопления баллов за социальную активность в Сети
- Е) Возможности таксономии с помощью хэштегов

Баллов за правильный ответ: 0,4

### III. Вопросы на восстановление последовательности

1. Расположите в правильной последовательности эволюцию компьютерных систем:

- А) РС (персональный компьютер)
- Б) устройства AR
- В) ЭВМ
- Г) интернет-планшеты с мультитач-управлением
- Д) устройства VR

Баллов за правильный ответ: 0,5

2. Определите, пожалуйста, корректную последовательность действий по созданию блога:

- А) Определить параметры отстройки от конкурентов
- Б) Определить тематическое поле блога
- В) Провести конкурентный анализ тематического поля
- Г) Разработать дизайн блога
- Д) Подготовить несколько записей впрок
- Е) Запустить блог

Баллов за правильный ответ: 0,5

3. Опишите последовательность алгоритма автоматического мониторинга социальных сетей и блогов:

- А) Подбор семантического ядра
- Б) Анализ результатов
- В) Отслеживание результатов с заданной периодичностью
- Г) Настройка параметров кампании по мониторингу
- Д) запуск кампании

Баллов за правильный ответ: 0,5

### IV. Вопросы на восстановление соответствия

1. Соотнесите первооткрывателей эры персональных компьютеров (РС) и их изобретения и достижения:

- А) РС с графическим интерфейсом Apple Macintosh
- Б) буквенная клавиатура
- В) мультимедийный РС Amiga 1000
- Г) программное обеспечение Microsoft

- 1. Дуглас Энгельбарт
- 2. Билл Гейтс и Пол Аллен
- 3. Стив Джобс
- 4. ЭрДжи Майкл и Дэйв Морс

Баллов за правильный ответ: 0,6

2. Соотнесите термины и их определения:

- А) Идентичность
- Б) Никнейм
- В) Самопрезентация
- Г) Аватарка

1. Изображение (картинка / фото), визуально представляющее пользователя Сети повод для совершения покупки, искомые выгоды, статус пользователя, интенсивность потребления, степень приверженности, отношение к товару, степень готовности к восприятию товара

2. Осознание личностью своей принадлежности к той или иной социально-личностной позиции в рамках социальных ролей и эго состояний возраст, пол, национальность, семейное положение, этап семейной жизни, размер семьи, образование, религия (убеждения), род занятий, уровень доходов

3. Сетевое имя, псевдоним, используемый пользователем в Интернете

4. Процесс представления себя в отношении социально и культурно принятых способов действия и поведения

Баллов за правильный ответ: 0,6

3. Соотнесите стратегии использования социальных медиа и сегменты бизнеса:

- А) Крупный бизнес
- Б) малый и средний бизнес
- В) Интернет-бизнес
- Г) B2B сфера

1. Задача получения с площадок в социальных сетях качественного трафика, обладающего высокой конверсией

2. Решение задач брендинга, повышения информированности целевой аудитории, увеличения лояльности и доверия к продуктам бренда

3. Поиск представителей той профессиональной прослойки, которая является целевой аудиторией компании

4. Повышение продаж, анонсирование скидочных акций, стимулирование пользователей на повторные покупки

Баллов за правильный ответ: 0,6

## **11. Учебно-методическое обеспечение**

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/enrol/index.php?id=25423>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

## 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>
7. 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. Блогинг : 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>

10. Мышляев, В. С. iМаркетинг. Работаем по системе / Виталий Мышляев. — М. : СилаУма-Паблишер, 2014. - 264 с.

11. Гогохия Инди. Добавь клиента в друзья. Продвижение в Telegram, WhatsApp, Skype и других мессенджерах. Бомбора, 2018. – 320 с.

• Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной 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».

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая программное обеспечение, информационные справочные системы (при необходимости):

Windows 7 professional 64 bit

Microsoft Office 2010

Adobe Photoshop CS2

Mozilla Firefox

Opera

GoogleChrome

Headliner 3.01

7zip

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

1. Учебные классы, оснащенные аппаратурой и программным обеспечением для организации практических занятий по курсам ООП магистратуры, в том числе класс, оборудованный видео-конференц-связью (Polysom).

2. Компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные занятия и другая техника для презентаций учебного материала.

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

Глухов Андрей Петрович, канд. филос. наук, доцент кафедры социальных коммуникаций, факультет психологии, НИ ТГУ