

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
заведующий кафедрой истории и типологии
русской и зарубежной литературы

А. А. Фаустов
25.04.2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.01.01 Основы блоггинга и работы в социальных сетях

1. Код и наименование направления подготовки/специальности:
51.03.06 Библиотечно-информационная деятельность

2. Профиль подготовки/специализация: Библиотечно-информационное обеспечение социокультурной деятельности

3. Квалификация выпускника: бакалавр

4. Форма обучения: очная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:
истории и типологии русской и зарубежной литературы

6. Составители программы: Робустова Валерия Сергеевна, преподаватель

7. Рекомендована: НМС филологического факультета, протокол № 8 от 25.04.2024

8. Учебный год: 2025-2026

Семестр: 4

9. Цели и задачи учебной дисциплины

Целями освоения учебной дисциплины являются: освоение современных способов контактирования с аудиторией, понимание особенностей информационно-аналитического сопровождения профессиональной деятельности и профессиональных коммуникаций

Дисциплина реализуется частично в форме практической подготовки (ПП).

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

дисциплина относится к числу дисциплин по выбору вариативной части учебного плана. Входные знания, умения и навыки студент получает в ходе изучения таких дисциплин, как «Информационно-библиотечные сети и системы» и «Информационные технологии». Предшествует таким дисциплинам, как «Стандарты библиотечно-информационной деятельности», «Основы информационной культуры».

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

| Код | Название компетенции | Код(ы) | Индикатор(ы) | Планируемые результаты обучения |
|-------|--|----------|---|--|
| ПК-4 | Готов к эффективному общению с различными группами пользователей на основе применения психологических и организационных подходов и методов в библиотечно-информационном обслуживании | ПК- 4.1 | Владеет знаниями об организации и технологии библиотечно-информационного обслуживания различных категорий пользователей; основных формах и видах библиотечного общения, барьерах, препятствующих общению, и способах их преодоления; особенностях социально- культурной и психолого-организационной деятельности в библиотеке | знать: организацию и технологии библиотечно-информационного обслуживания различных категорий пользователей, особенности социально-культурной и психолого-организационной деятельности в библиотеке уметь: определять категории пользователей, формы и виды библиотечного общения владеть (иметь навык(и)): навыками преодоления барьеров, препятствующих общению |
| | | ПК- 4.2 | Осуществляет библиотечно-информационное обслуживание пользователей библиотеке | знать: формы организации социокультурных мероприятий уметь: проводить социокультурные мероприятия владеть (иметь навык(и)): навыками информационного обслуживания посетителей |
| | | ПК- 4.3 | Применяет методы психологического и организационного воздействия на потребителя информации; технологии | знать: методы психологического и организационного воздействия на потребителя информации уметь: разрабатывать социокультурные мероприятия владеть (иметь навык(и)): проведения социокультурных мероприятий |
| ПК-10 | Готов к участию в информационно-технологическом, информационно-аналитическом и организационном сопровождении профессиональной деятельности и профессиональных коммуникаций | ПК- 10.1 | Учитывает особенности организации информационно-технологического и информационно-аналитического сопровождения профессиональной | знать: особенности организации профессиональной деятельности уметь: проводить анализ профессиональной деятельности владеть (иметь навык(и)): навыками сопровождения профессиональных коммуникаций |

| | | | | |
|--|--|----------|---|--|
| | | | деятельности и профессиональных коммуникаций | |
| | | ПК- 10.2 | Разрабатывает технологию информационно-аналитического сопровождения профессиональных сфер деятельности | <p>знать: технологии, используемые в профессиональной сфере</p> <p>уметь: выстраивать анализ профессиональной деятельности</p> <p>владеть (иметь навык(и)): навыками информационно-аналитического сопровождения профессиональных сфер деятельности</p> |
| | | ПК- 10.3 | Использует методы поиска, сбора, анализа, обобщения информации, навыки работы с информацией в сети Интернет и применения технологий информационно-аналитического сопровождения профессиональных сфер деятельности | <p>знать: методы поиска, сбора, анализа, обобщения информации</p> <p>уметь: работать с информацией в Интернете</p> <p>владеть (иметь навык(и)): навыками информационно-аналитического сопровождения профессиональных сфер деятельности</p> |

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.– 3/108.

Форма промежуточной аттестации (зачет/экзамен) ___зачет___

13. Трудоемкость по видам учебной работы

| Вид учебной работы | | Трудоемкость | | | | |
|---|--------------|--------------|----------------|----|----------------|--|
| | | Всего | По семестрам | | | |
| | | | № семестра 4 | | № семестра | |
| | | ч. | ч., в форме ПП | ч. | ч., в форме ПП | |
| Аудиторные занятия | | 60 | 60 | | | |
| в том числе: | лекции | 30 | 30 | | | |
| | практические | 30 | 15 | 15 | | |
| | лабораторные | | | | | |
| Самостоятельная работа | | 48 | 48 | | | |
| в том числе: курсовая работа (проект) | | | | | | |
| Форма промежуточной аттестации (экзамен - час.) | | зачет | | | | |
| Итого: | | 108 | 108 | | | |

13.1. Содержание дисциплины

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Содержание раздела дисциплины | Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК* |
|------------------|---------------------------------|--------------------------------------|---|
| 1. Лекции | | | |
| 1.1 | История социальных | 1.4 этапа развития социальных сетей, | |

| | | | |
|--------------------------------|--|--|--|
| | сетей | 2. Блоггинг как феномен культуры | |
| 1.2 | Функционал основных социальных сетей | 1. Основные типы контента 2. принципы оформления аккаунтов | |
| 1.3. | Целевая аудитория | 1. Определение тематики блога 2. Понимание своей целевой аудитории | |
| 1.4 | Феномен регионального блоггерства | 1. Определение регионального блогера 2. Преимущества данного типа блоггинга 3. Основные черты данного типа блоггинга | |
| 1.5 | Тексты в социальных сетях | 1. Типы текстов в зависимости от целей 2. Ядро опыта и ядро контекста при создании текстов 3. Принципы создания текстов | |
| 1.6 | Принципы создания исчезающего контента | 1. Феномен исчезающего контента 2. Механики исчезающего контента 3. Жанры исчезающего контента | |
| 1.7 | Визуальный контент | 1. Принципы высокоохватного контента 2. Визуальные триггеры 3. Принцип чередования при создании гармоничного визуала | |
| 1.8 | Принципы создания вертикальных видео | 1. Алгоритмы 2. Теория «захвата» 3. Приложения для монтажа 4. Типы ракурсов и планов | |
| 1.9 | Методы продвижения аккаунтов | 1. Бесплатные методы продвижения 2. Платные методы продвижения | |
| 1.10 | Аналитика аккаунта | 1. Показатели статистики 2. Правила «золотого» контента | |
| 2. Практические занятия | | | |
| 2.1 | Анализ социальных сетей | Аналитика социальных сетей в разрезе интересов и целей обучающегося | |
| 2.2 | Создание сообщества в сети Вконтакте | 1. Выбор темы 2. Оформление сообщества (аватар, название, описание) | |
| 2.3 | Целевая аудитория | 1. Проведение реального интервью 2. Анализ ролевых моделей | |
| 2.4 | Изучение рынка региональных блогеров | 1. Анализ рынка 2. Изучение феномена регионального блоггерства | |
| 2.5 | Тексты в социальных сетях | 1. Создания поста-знакомства 2. Создание поста на максимум-комментариев 3. Работа с ядрами опыта и контекста 4. Создание продающего поста 5. Создание поста-анонса | |
| 2.6 | Создание исчезающего контента | 1. Создания серии историй 2. Применение механик 3. Применение жанров | |
| 2.7 | Создание вертикального видео | 1. Применение теории «захвата» 2. Монтаж | |
| 2.8 | Визуальный контент | 1. Подбор высокохватных изображений 2. Создание гармоничной визуальной подборки | |
| 2.9 | Методы продвижения | 1. Типы Взаимопиара, подбор площадки для него 2. Гостевой комментинг 3. Создание таргетированного объявления | |
| 2.10 | Аналитика аккаунта | 1. Выведение правила золотого контента для своего аккаунта | |
| 3. Лабораторные занятия | | | |
| 3.1 | | | |
| 3.2 | | | |
| | | | |

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Виды занятий (количество часов) | | | | |
|-------|--|---------------------------------|--------------|--------------|------------------------|-------|
| | | Лекции | Практические | Лабораторные | Самостоятельная работа | Всего |
| 1.1 | История социальных сетей | 2 | | | 1 | |
| 1.2 | Функционал основных социальных сетей | 2 | | | 1 | |
| 1.2 | Целевая аудитория | 2 | | | 1 | |
| 1.4 | Феномен регионального блоггерства | 2 | | | 1 | |
| 1.5 | Тексты в социальных сетях | 4 | | | 1 | |
| 1.6 | Принципы создания исчезающего контента | 4 | | | 1 | |
| 1.7 | Визуальный контент | 2 | | | 1 | |
| 1.8 | Принципы создания вертикальных видео | 4 | | | 1 | |
| 1.9 | Методы продвижения аккаунтов | 6 | | | 1 | |
| 1.10 | Аналитика аккаунта | 2 | | | 1 | |
| 2.1 | Анализ социальных сетей | | 2 | | 2 | |
| 2.2 | Создание сообщества в сети Вконтакте | | 2 | | 4 | |
| 2.3 | Целевая аудитория | | 2 | | 2 | |
| 2.4 | Изучение рынка региональных блоггеров | | 2 | | 2 | |
| 2.5 | Тексты в социальных сетях | | 4 | | 6 | |
| 2.6 | Создание исчезающего контента | | 4 | | 6 | |
| 2.7 | Создание вертикального видео | | 4 | | 6 | |
| 2.8 | Визуальный контент | | 2 | | 2 | |
| 2.9 | Методы продвижения | | 6 | | 6 | |
| 2.10 | Аналитика аккаунта | | 2 | | 2 | |

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины: (рекомендации обучающимся по освоению дисциплины: указание наиболее сложных разделов, работа с конспектами лекций, презентационным материалом, рекомендации по выполнению курсовой работы, по организации самостоятельной работы по дисциплине и др.)

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

| № п/п | Источник |
|-------|--|
| 1 | Архипов, В. В. Интернет-право : учебник и практикум для вузов / В. В. Архипов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 249 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03343-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450761 |
| 2 | Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/457242 |
| 3 | Сысолетин, Е. Г. Разработка интернет-приложений : учебное пособие для вузов / Е. Г. Сысолетин, С. Д. Ростунцев. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 90 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9975-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453345 |

б) дополнительная литература:

| № п/п | Источник |
|-------|----------|
|-------|----------|

| | |
|---|--|
| 1 | Игнатъев, Денис Игоревич . Настольная энциклопедия Public Relations / Д.И. Игнатъев, А.В. Бекетов, Ф.В. Сарокваша ; Ред. Е. Харитоновна .— М. : Альпина Паблишер, 2003 .— 227 |
| 2 | Бузин, Валерий Николаевич . Основы медиапланирования : Курс лекций / В.Н. Бузин .— М. : Изд-во Международного института рекламы, 2002 .— 203 с. |
| 3 | Кривонос, А.Д. Жанры PR-текста : Учебное пособие для студ. отд-ний связей с общественностью / А.Д. Кривонос; Науч. ред. Шишкина М.А.; С-Петербур. гос. ун-т. Каф. обществ. связей и рекламы .— СПб., 2001 .— 138с |
| 4 | Катлип, Скотт М. Паблик рилейшенз : теория и практика: пер. с англ.: учебное пособие / Скотт М. Катлип, Аллен Х. Центр, Глен М. Брум ; под ред. Я. В. Заболоцкого .— 8-е изд. — М.; СПб.; Киев : Вильямс, 2000 .— 614 с. |
| 5 | |

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

| № п/п | Ресурс |
|-------|--|
| 11 | Ганенко, Р. Блоггинг для «чайников». – URL: https://romanganenco.com/blogging/ |
| 12 | Ямб, П. Учу писать тексты и зарабатывать в интернете удаленно. – URL: Copyrayer.ru |
| 13 | Heidi Cohen: actionable marketing guide. – URL: https://heidicohen.com/ |

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных), курсовых работ и др.)

| № п/п | Источник |
|-------|---|
| 14 | Вуд, Л. Web-графика : Справочник / Пер. с англ. И. Симонович .— СПб. и др. : Питер, 1998 .— 217 с. |
| 15 | Желтые страницы Internet : Рус. ресурсы / Авт.-сост. И. Иванова, О. Лукин, Е. Лычагина и др.; Под ред. Ю. Поляка, А. Сигалова .— СПб. и др. : Питер Ком, 1998 .— 592 с. |

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ, электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

Программы семейства Microsoft Office, ресурсы Internet, Zoom, Skype и др. аналог.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

проектор Benq MW523 (1 шт.), экран проекционный (1 шт.)

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

| № п/п | Наименование раздела дисциплины (модуля) | Компетенция(и) | Индикатор(ы) достижения компетенции | Оценочные средства |
|-------|--|----------------|---|--|
| 1. | Анализ социальных сетей | ПК-4, ПК-10 | ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-10.1; ПК-10.2; ПК-10.3 | Практическое задание Ситуационная задача КИМ |
| 2. | Создание сообщества в сети Вконтакте | ПК-4, ПК-10 | ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-10.1; ПК-10.2; ПК-10.3 | Практическое задание Ситуационная задача КИМ |
| 3 | Целевая аудитория | ПК-4, ПК-10 | ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-10.1; ПК-10.2; ПК-10.3 | Практическое задание Ситуационная задача КИМ |
| 4 | Изучение рынка региональных блогеров | ПК-4, ПК-10 | ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-10.1; ПК-10.2; ПК-10.3 | Практическое задание Ситуационная задача КИМ |
| 5 | Тексты в социальных | ПК-4, ПК-10 | ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-10.1; ПК- | Практическое задание |

| № п/п | Наименование раздела дисциплины (модуля) | Компетенция(и) | Индикатор(ы) достижения компетенции | Оценочные средства |
|--|--|----------------|---|--|
| | сетях | | 10.2; ПК-10.3 | Ситуационная задача КИМ |
| 6 | Создание исчезающего контента | ПК-4, ПК-10 | ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-10.1; ПК-10.2; ПК-10.3 | Практическое задание Ситуационная задача КИМ |
| 7 | Создание вертикального видео | ПК-4, ПК-10 | ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-10.1; ПК-10.2; ПК-10.3 | Практическое задание Ситуационная задача КИМ |
| 8 | Визуальный контент | ПК-4, ПК-10 | ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-10.1; ПК-10.2; ПК-10.3 | Практическое задание Ситуационная задача КИМ |
| 9 | Методы продвижения | ПК-4, ПК-10 | ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-10.1; ПК-10.2; ПК-10.3 | Практическое задание Ситуационная задача КИМ |
| 10 | Аналитика аккаунта | ПК-4, ПК-10 | ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-10.1; ПК-10.2; ПК-10.3 | Практическое задание Ситуационная задача КИМ |
| Промежуточная аттестация форма контроля – зачет | | | | |

20. Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1. Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

1. знание учебного материала и владение понятийным аппаратом;
2. умение связывать теорию с практикой;
3. умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований;
4. умение применять теоретические положения и гипотезы к фактическому материалу ;
5. владение способами лингвистического и культурологического анализа.

Описание технологии проведения

Для оценивания результатов обучения на экзамене (зачете с оценкой) используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Для оценивания результатов обучения на зачете используется - зачтено, не зачтено
Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Требования к выполнению заданий (или шкалы и критерии оценивания)

| Критерии оценивания компетенций | Уровень сформированности компетенций | Шкала оценок |
|---|--------------------------------------|----------------|
| <i>Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом данной области науки (теоретическими основами дисциплины), способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в области...</i> | <i>Повышенный уровень</i> | <i>зачтено</i> |
| <i>Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует одному (двум) из перечисленных показателей, но обучающийся дает правильные ответы на дополнительные вопросы. Недостаточно продемонстрировано общее понимание научного вопроса</i> | <i>Базовый уровень</i> | <i>зачтено</i> |

| | | |
|---|--------------------------|-------------------|
| <i>Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым двум(трем) из перечисленных показателей, обучающийся дает неполные ответы на дополнительные вопросы. Демонстрирует частичные знания в теоретической сфере, допускает существенные ошибки в установлении междисциплинарных связей</i> | <i>Пороговый уровень</i> | <i>зачтено</i> |
| <i>Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым трем(четырем) из перечисленных показателей. Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки в теоретической сфере, не видит междисциплинарных связей в изучаемой области,</i> | <i>–</i> | <i>не зачтено</i> |

20.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Вопросы для зачета:

1. Сравнительные характеристики социальных сетей, представленных в России
2. Как определить и понять свою целевую аудиторию
3. Основные типы контента в социальных сетях и их характеристики.
4. Правила оформления сообществ в ВКонтакте
5. Как написать хороший текст для социальных сетей
6. Высокоохватный визуал
7. Как снять высокоохватное короткое вертикальное видео
8. Принципы создания исчезающего контента (истории)
9. Основные бесплатные методы продвижения в социальных сетях
10. Основные платные методы продвижения в социальных сетях

Описание технологии проведения

1. Аналитика социальных сетей в разрезе интересов и целей обучающегося
2. Выбор темы сообщества
3. Оформление сообщества (аватар, название, описание)
4. Проведение реального интервью
5. Анализ ролевых моделей
6. Анализ рынка
7. Изучение феномена регионального блоггерства
8. Создания поста-знакомства
9. Создание поста на максимум-комментариев
10. Работа с ядрами опыта и контекста
11. Создание продающего поста
12. Создание поста-анонса
13. Создании серии историй
14. Применение механик в историях
15. Применение жанров в историях
16. Применение теории «захвата» при создании вертикальных видео
17. Подбор высокохватных изображений
18. Создание гармоничной визуальной подборки
19. Монтаж видео
20. Типы Взаимопиара, подбор площадки для него
21. Гостевой комментинг
22. Создание таргетированного объявления
23. Выведение правила золотого контента для своего аккаунта

