

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

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
журналистики и литературы



Гордеев Ю.А.
18.04.2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.46 Журналистика и социальные сети

- 1. Код и наименование специальности:** 56.05.05 Военная журналистика
- 2. Направленность:** Военная журналистика
- 3. Квалификация выпускника:** журналист
- 4. Форма обучения:** очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** кафедра журналистики и литературы
- 6. Составители программы:** Жолудь Роман Владимирович, кандидат филологических наук, доцент
- 7. Рекомендована:** НМС факультета журналистики, протокол № 7 от 18.04.2024 г.
- 8. Учебный год:** 2025-2026 **Семестр(ы):** 3

9. Цели и задачи учебной дисциплины

- изучение структурных и содержательных особенностей социальных сетей, их разновидностей и функционирование;
- изучение применения социальных сетей как канала коммуникаций в профессиональной журналистской деятельности;
- анализ опыта работы ведущих российских и зарубежных СМИ в сфере социальных медиа;
- формирования навыков эффективного распространения журналистской информации и сопровождения редакционной деятельности в социальных медиа.

10. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 рабочего учебного плана подготовки по специальности 56.05.05 Военная журналистика.

Требования к входным знаниям, умениям и навыкам включают в себя:

- знание основных характеристик аудитории СМИ;
- понимание особенностей воздействия журналистского контента на аудиторию СМИ;
- знакомство с социальными медиа на уровне пользователя;
- умение творчески раскрывать содержание актуальных тем;
- базовые навыки работы на персональном компьютере на уровне пользователя.

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей:

Б1.О.22 Современные мультимедийные СМИ.

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
ОПК-8	Способен разбираться в особенностях военной новостной журналистики и ее основных направлениях (проблемно-аналитическом, исследовательском, художественно-публицистическом), свободно ориентироваться в современной жанровой и стилистической специфике военной журналистики	ОПК-8.1	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Уметь: осуществлять мониторинг социальных сетей с заранее определенными целями, находить и сортировать релевантную информацию.
ПК-1	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося	ПК-1.5	Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа	Уметь: готовить к публикации в СМИ медиаконтент на основе собранной в социальных медиа информации.

	мирового и отечественного опыта			
--	---------------------------------	--	--	--

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.: 2/72.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы		Трудоемкость	
		Всего	По семестрам
			3
Аудиторные занятия		32	32
в том числе:	лекции	16	16
	практические	16	16
Самостоятельная работа		40	40
Форма промежуточной аттестации		–	–
Итого:		72	72

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК
1. Лекции			
1.1	Общие принципы функционирования социальных медиа	Понятие социальной сети. Социальные сети в социологии. История социальных медиа в интернете. Виды социальных сетей: глобальные и региональные, универсальные и специализированные. Принципы работы социальных медиа. Структура социальных медиа. Метрики в социальных медиа: подписчики, охват, вовлеченность.	
1.2	Использование социальных медиа в журналистике	Мониторинг социальных медиа. Поиск информации в социальных медиа. Фактчекинг информации в социальных медиа. Связь с аудиторией в социальных медиа. Продвижение СМИ в социальных медиа.	–
1.3	Работа с социальными медиа в редакции конвергентного СМИ	Отдел социальных медиа в структуре редакции. Принципы взаимодействия отдела социальных медиа с другими подразделениями редакции. Выбор платформ социальных медиа для коммуникации. Facebook, «ВКонтакте», «Одноклассники». Микроблогинг: Twitter. Видеохостинг YouTube. Мессенджеры Telegram и WhatsApp. Instagram. Кроссплатформенность и специализация контента. Редакционные и персональные публичные страницы. Продвижение и реклама в социальных медиа. Таргетинг. Мониторинг эффективности рекламы в социальных медиа.	–
2. Практические занятия			
2.1	Анализ статистики публичной страницы	Основные статистические показатели публичных страниц. Системы аналитики страниц в социальных медиа. Сравнительный анализ публичных страниц в сети «ВКонтакте».	–

2.2	Мониторинг социальных медиа	Выбор источников для мониторинга. Публичные персоны, паблики организаций, новостные паблики. Технология мониторинга. Технология фактчекинга.	–
-----	-----------------------------	--	---

13.2 Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)			
		Лекции	Практ. занятия	Самостоятельная работа	Всего
1	Общие принципы функционирования социальных медиа	6	6	20	32
2	Использование социальных медиа в журналистике	4	4	10	18
3	Работа с социальными медиа в редакции конвергентного СМИ	6	6	10	22
Итого:		16	16	40	72

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Часть учебного материала изучается и на лекциях, и на практических занятиях, часть – только на лекциях или только на практических занятиях. Практические занятия представляют собой семинары по изучаемому материалу: на каждом занятии студенты получают домашнее задание и отчитываются о его выполнении на следующем занятии. Предусмотрена текущая аттестация в форме контрольных работ (тестов) по материалу, пройденному в течение семестра. Самостоятельная работа студента предполагает:

- изучение презентационного материала лекций;
- изучение рекомендованной основной и дополнительной литературы;
- подготовку к практическим занятиям;
- подготовку к текущей аттестации (контрольным работам);
- подготовку и выполнение итогового практического задания;
- подготовку к промежуточной аттестации.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Калмыков, А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 97 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741 .
2	Олешко Е.В. Конвергентная журналистика: профессиональная культура субъектов информационной деятельности / Е.В. Олешко. – Москва : ФЛИНТА, 2017. – 129 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482239 .
3	Шарков Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”): учебное пособие. - Москва: Дашков и К°, 2017. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454124 .

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
4	Интернет-СМИ: теория и практика / под ред. М.М. Лукиной. - Москва, 2015.
5	Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика: учебное пособие. - Москва: Юнити, 2015. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436712 .
6	Наумов В. Б. Право и Интернет: очерки теории и практики / В.Б. Наумов; Науч. ред. В. Б. Исаков; Рос. фонд прав. реформ. — М. : Университет, 2002. — 430 с.
7	Перфильев Ю. Ю. Российское интернет-пространство: развитие и структура / Ю.Ю. Перфильев. — М. : Гардарики, 2003. — 220 с.
8	Шпаковский В. О., Розенберг Н. В., Егорова Е. С. Интернет-журналистика и Интернет-реклама: учебное пособие. - Москва - Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=493883 .

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Источник
9	Университетская библиотека онлайн. Электронная библиотечная система. URL: https://www.biblioclub.ru .

10	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. — URL: http://lib.vsu.ru
11	Электронный университет. URL: https://edu.vsu.ru

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1	Интернет-СМИ: теория и практика / Под ред. М.М. Лукиной. – М., 2014.
2	Современные мультимедийные СМИ. Электронный курс. URL: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=11019

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

При реализации дисциплины проводятся занятия лекционного типа (лекции с демонстрацией презентационного материала), занятия практического типа (выполнение и анализ практических заданий), текущая аттестация (контрольная работа), используются элементы ЭО и ДОТ (электронный курс на платформе «Электронный университет ВГУ»), смешанное обучение.

Электронный курс «Современные мультимедийные СМИ». – URL: <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=11019>.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Аудитории для проведения занятий лекционного типа. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ-Образование».

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ; экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell. Программное обеспечение: Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ-Образование».

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.); ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ-Образование».

Свободный доступ в интернет.

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	Общие принципы функционирования социальных медиа	ОПК-8, ПК-1	ОПК-8.1, ПК-1.5	–
2	Использование социальных медиа в журналистике	ОПК-8, ПК-1	ОПК-8.1, ПК-1.5	–
3	Работа с социальными медиа в редакции конвергентного СМИ	ОПК-8, ПК-1	ОПК-8.1, ПК-1.5	Контрольная работа
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:

Контрольная работа

Перечень заданий

Контрольная работа. Сравнительный анализ статистики публичных страниц СМИ

Описание технологии проведения

Обучающимся предлагаются для анализа публичные страницы двух СМИ в социальной сети «ВКонтакте». Используя сервисы анализа статистики, обучающиеся должны проанализировать данные каждой из публичных страниц и сравнить их показатели.

План анализа:

1. Состав подписчиков публичных страниц.
2. Средняя ежемесячная посещаемость.
3. Средний охват публикации.
4. Средняя вовлеченность для публикации.
5. Используемые виды контента, наиболее популярные виды контента.
7. Связь редакции с аудиторией.
8. Комментирование. Самые комментируемые публикации.

Требования к выполнению заданий, шкалы и критерии оценивания

Оценивание проводится по двухбалльной системе. Критерии оценивания включают в себя:

- полноту раскрытия каждого из пунктов анализа;
- самостоятельность мышления, свободное оперирование профессиональными понятиями, владение эмпирическими данными в сфере СМИ, умение сравнивать результаты анализа с накопленным опытом.

Оценка «зачтено» ставится, если результаты анализа значительной степени соответствуют перечисленным критериям оценивания.

Оценка «не зачтено» ставится, если результаты анализа в большей степени или в целом не соответствуют перечисленным критериям оценивания.

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется по итогам контрольной работы (см. текущую аттестацию).

Задания для диагностической работы

Б1.В.04 Журналистика и социальные сети

ЗАДАНИЕ 4. Выберите правильный вариант ответа:

Кто «совершил революцию» в копирайтинге благодаря проекту «Главред»?

- Дэвид Огилви
- Дмитрий Кот

- **Максим Ильяхов**
- Максим Кронгауз

ЗАДАНИЕ 5. Выберите правильный вариант ответа:

Какой из показателей пользовательской активности в социальных сетях алгоритм распознает как наиболее ценный?

- лайки
- репосты
- **комментарии**
- лайки, репосты и комментарии одинаково ценны

ЗАДАНИЕ 6. Выберите правильный вариант ответа:

В какой из этих маркетинговых целей в контексте SMM будет проводиться расчет конверсии?

- информирование в текущем режиме
- **продвижение продаж**
- имидж, повышение лояльности
- формирование потребности (новый продукт)

ЗАДАНИЕ 7. Выберите правильный вариант ответа:

В какой из перечисленных ниже социальных сетей нет «умной ленты»?

- «ВКонтакте»
- «Одноклассники»
- **Telegram**
- Instagram