

УТВЕРЖДАЮ  
 Проректор по учебной работе, доцент  
 \_\_\_\_\_ Н.И. Севрюгина  
 25.12.2023

## Б1.В.ДЭ.06.01

# Коммуникации в социальных сетях

### рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	<b>Кафедра педагогики и межкультурных коммуникаций</b>		
Учебный план	42.03.01 Реклама и связи с общественностью		
Квалификация	<b>бакалавр</b>		
Форма обучения	<b>очная</b>		
Общая трудоемкость	<b>3 ЗЕТ</b>		
Часов по учебному плану	108	Виды контроля в семестрах:	
в том числе:		экзамены 5	
аудиторные занятия	48		
самостоятельная работа	24		
контактная работа во время промежуточной аттестации (ИКР)	0		
часов на контроль	34,7		

#### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	16 5/6			
Неделя	уп	рп	уп	рп
Лекции	16	16	16	16
Практические	32	32	32	32
Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)	0,3	0,3	0,3	0,3
Консультации перед экзаменом	1	1	1	1
Итого ауд.	48	48	48	48
Контактная работа	49,3	49,3	49,3	49,3
Сам. работа	24	24	24	24
Часы на контроль	34,7	34,7	34,7	34,7
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

*канд. филол. наук, доцент, Немец Г.Н.*

Рецензент(ы):

*канд. филол. наук, доцент, Никулин И.О.*

Рабочая программа дисциплины

**Коммуникации в социальных сетях**

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512)

составлена на основании учебного плана:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 25.12.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Кафедра педагогики и межкультурных коммуникаций**

Протокол от 19.12.2023 г. № 5

Зав. кафедрой Прилепский Вадим Владимирович

Согласовано с представителями работодателей на заседании НМС, протокол № 4 от 25.12.2023.

Председатель НМС проф. Павелко Н.Н.

### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1.1	Цель дисциплины "Коммуникации в социальных сетях" состоит в том, чтобы ознакомить студентов с основными принципами и стратегиями коммуникаций в социальных сетях, а также развить их навыки в создании и управлении контентом, общении с аудиторией и анализе результатов в социальных сетях.
Задачи: Задачи дисциплины "Коммуникации в социальных сетях" могут включать:	
1. Изучение основных понятий и терминов, связанных с коммуникациями в социальных сетях, включая аудиторию, контент и платформы.	
2. Ознакомление студентов с различными социальными сетями и их функционалом, такими как Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn и другие.	
3. Разработка навыков создания качественного и привлекательного контента для социальных сетей.	
4. Изучение методов и инструментов для анализа и измерения результатов коммуникаций в социальных сетях.	
5. Проведение практических занятий по планированию и выполнению социальных медиа-кампаний.	
6. Развитие навыков управления обратной связью и общения с аудиторией в социальных сетях.	
7. Анализ и изучение успешных кейсов коммуникаций в социальных сетях для различных брендов и отраслей.	
8. Освоение навыков мониторинга и управления репутацией в социальных сетях.	
9. Изучение этических и юридических аспектов коммуникаций в социальных сетях.	

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	
<b>2.1</b>	<b>Требования к предварительной подготовке обучающегося:</b>
2.1.1	Введение в коммуникационные специальности
2.1.2	Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Коммуникационный менеджмент
2.2.2	Психология рекламы и связей с общественностью
2.2.3	Психология медиакоммуникаций

### 3. ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ, ИНДИКАТОРЫ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ и планируемые результаты обучения

<b>УК-4: Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</b>	
<b>УК-4.1: Знает: принципы коммуникации в профессиональной этике; факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; методы исследования коммуникативного потенциала личности; современные средства информационно-коммуникационных технологий</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	В общем виде знать принципы коммуникации в профессиональной этике
Уровень 2	Хорошо знать принципы коммуникации в профессиональной этике
Уровень 3	Отлично знать принципы коммуникации в профессиональной этике
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	В общем виде уметь реализовывать принципы коммуникации в профессиональной этике
Уровень 2	Хорошо уметь реализовывать принципы коммуникации в профессиональной этике
Уровень 3	Отлично уметь реализовывать принципы коммуникации в профессиональной этике
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	В общем виде владеть навыками использования принципов коммуникации в профессиональной этике
Уровень 2	Хорошо владеть навыками использования принципов коммуникации в профессиональной этике
Уровень 3	Отлично владеть навыками использования принципов коммуникации в профессиональной этике
<b>УК-4.2: Умеет: создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследовать прохождение информации по управленческим коммуникациям; определять внутренние коммуникации в организации; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке; владеть принципами формирования системы коммуникации; анализировать систему коммуникационных связей в организации</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	В общем виде знать принципы создания рекламных и PR-текстов на русском и иностранных языках
Уровень 2	Хорошо знать принципы создания рекламных и PR-текстов на русском и иностранных языках
Уровень 3	Отлично знать принципы создания рекламных и PR-текстов на русском и иностранных языках
<b>Уметь</b>	

Уровень 1	В общем виде уметь создавать рекламные и PR-тексты на русском и иностранных языках
Уровень 2	Хорошо уметь создавать рекламные и PR-тексты на русском и иностранных языках
Уровень 3	Отлично уметь создавать рекламные и PR-тексты на русском и иностранных языках
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	В общем виде владеть навыками создания рекламных и PR-текстов на русском и иностранных языках
Уровень 2	Хорошо владеть навыками создания рекламных и PR-текстов на русском и иностранных языках
Уровень 3	Отлично владеть навыками создания рекламных и PR-текстов на русском и иностранных языках
<b>УК-4.3: Владеть: реализацией способов устной и письменной видов коммуникации, в том числе на иностранном языке; представлением планов и результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	В общем виде знает принципы реализации способов устной и письменной видов коммуникации
Уровень 2	Хорошо знает принципы реализации способов устной и письменной видов коммуникации
Уровень 3	Отлично знает принципы реализации способов устной и письменной видов коммуникации
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	В общем виде умеет реализовывать способы устной и письменной видов коммуникации
Уровень 2	Хорошо умеет реализовывать способы устной и письменной видов коммуникации
Уровень 3	Отлично умеет реализовывать способы устной и письменной видов коммуникации
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	В общем виде владеет навыками реализации способов устной и письменной видов коммуникации
Уровень 2	Хорошо владеет навыками реализации способов устной и письменной видов коммуникации
Уровень 3	Отлично владеет навыками реализации способов устной и письменной видов коммуникации

<b>УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</b>	
<b>УК-5.1: Знает: психологические основы социального взаимодействия; направленного на решение профессиональных задач; основные принципы организации деловых контактов; методы подготовки к переговорам, национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и народные традиции населения; основные концепции взаимодействия людей в организации, особенности диадического взаимодействия</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	В общем виде знает психологические основы социального взаимодействия
Уровень 2	Хорошо знает психологические основы социального взаимодействия
Уровень 3	Отлично знает психологические основы социального взаимодействия
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	В общем виде умеет использовать психологические основы социального взаимодействия
Уровень 2	Хорошо умеет использовать психологические основы социального взаимодействия
Уровень 3	Отлично умеет использовать психологические основы социального взаимодействия
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	В общем виде владеет навыками использования психологических основ социального взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 2	Хорошо владеет навыками использования психологических основ социального взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 3	Отлично владеет навыками использования психологических основ социального взаимодействия в профессиональной среде
<b>УК-5.2: Умеет: грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; соблюдать этические нормы и права человека; анализировать особенности социального взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	В общем виде знает общие принципы изложения профессиональной информации
Уровень 2	Хорошо знает общие принципы изложения профессиональной информации
Уровень 3	Отлично знает общие принципы изложения профессиональной информации
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	В общем виде умеет использовать общие принципы изложения профессиональной информации
Уровень 2	Хорошо умеет использовать общие принципы изложения профессиональной информации
Уровень 3	Отлично умеет использовать общие принципы изложения профессиональной информации
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	В общем виде владеет навыками грамотного и доступного изложения профессиональной информации

Уровень 2	Хорошо владеет навыками грамотного и доступного изложения профессиональной информации
Уровень 3	Отлично владеет навыками грамотного и доступного изложения профессиональной информации
<b>УК-5.3: Владеет: организацией продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; преодолением коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия; выявлением разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия</b>	
<b>Знать</b>	
Уровень 1	В общем виде знает принципы продуктивного взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 2	Хорошо знает принципы продуктивного взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 3	Отлично знает принципы продуктивного взаимодействия в профессиональной среде
<b>Уметь</b>	
Уровень 1	В общем виде умеет использовать принципы продуктивного взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 2	Хорошо умеет использовать принципы продуктивного взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 3	Отлично умеет использовать принципы продуктивного взаимодействия в профессиональной среде
<b>Владеть</b>	
Уровень 1	В общем виде владеет навыками продуктивного взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 2	Хорошо владеет навыками продуктивного взаимодействия в профессиональной среде
Уровень 3	Отлично владеет навыками продуктивного взаимодействия в профессиональной среде

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)						
Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Практ. подг.
	<b>Раздел 1. Социальные сети и их роль в коммуникациях</b>					
1.1	Социальные сети и их роль в коммуникациях /Лек/	5	4	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
1.2	Социальные сети и их роль в коммуникациях /Пр/	5	8	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
	<b>Раздел 2. Стратегии коммуникаций в социальных сетях</b>					
2.1	Стратегии коммуникаций в социальных сетях /Лек/	5	4	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
2.2	Стратегии коммуникаций в социальных сетях /Пр/	5	8	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
	<b>Раздел 3. Создание качественного контента в социальных сетях</b>					
3.1	Создание качественного контента в социальных сетях /Лек/	5	4	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
3.2	Создание качественного контента в социальных сетях /Пр/	5	8	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	
	<b>Раздел 4. Привлечение аудитории в социальных сетях. Способы взаимодействия с аудиторией</b>					
4.1	Привлечение аудитории в социальных сетях. Способы взаимодействия с аудиторией /Лек/	5	4	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9	

4.2	Привлечение аудитории в социальных сетях. Способы взаимодействия с аудиторией /Пр/	5	8	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9
	<b>Раздел 5. Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий)</b>				
5.1	Контактная работа на аттестации (в период экз. сессий) /КАЭ/	5	0,3	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9
	<b>Раздел 6. Консультации перед экзаменом</b>				
6.1	Консультации перед экзаменом /Консл/	5	1	УК-4.1 УК-4.2 УК-4.3 УК-5.1 УК-5.2 УК-5.3	Л1.1 Л1.2 Л1.3Л2.1 Л2.2 Л2.3Л3.1 Л3.2 Л3.3 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5 Э6 Э7 Э8 Э9
	<b>Раздел 7. Самостоятельная работа</b>				
7.1	Самостоятельная работа /Ср/	5	24		

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

### 5.1. Контрольные вопросы и задания

Вопросы к экзамену:

- 1) Основные особенности социальных сетей.
- 2) Влияние социальных сетей на общение и коммуникации.
- 3) Платформы социальных сетей. Понятие кросс-платформы.
- 4) Разработка стратегии коммуникаций в социальных сетях.
- 5) Методы определения целевой аудитории в социальных сетях.
- 6) Принципы выбора подходящей платформы и инструментов для коммуникаций в социальных сетях.
- 7) Специфика контент-плана в социальных сетях.
- 8) Форматы контента в социальных сетях.
- 9) Критерии качества текстов для постов в социальных сетях.
- 10) Технологии создания и редактирования фотографий и видео в социальных сетях.
- 11) Графические инструменты для создания контента в социальных сетях.
- 12) Привлечение подписчиков и обеспечение лояльности аудитории в социальных сетях.
- 13) Роль хештегов и геолокации в привлечении аудитории в социальных сетях.
- 14) Принципы взаимодействия с аудиторией в социальных сетях.
- 15) Комментирование и лайки как показатель активности аудитории в социальных сетях.
- 16) Способы ответов на отзывы и вопросы подписчиков в социальных сетях.
- 17) Мониторинг реакций аудитории в социальных сетях.
- 18) Измерение эффективности коммуникаций в социальных сетях.
- 19) Аналитические инструменты для анализа коммуникаций в социальных сетях.
- 20) Метрики для определения успешности коммуникаций в социальных сетях.
- 21) Управление негативными ситуациями и конфликтами в социальных сетях.
- 22) Характер реакции на критику и негативные отзывы в социальных сетях.
- 23) Технологии управления репутацией компании в социальных сетях.
- 24) Этические нормы ведения коммуникаций в социальных сетях.

### 5.2. Темы письменных работ

Тематика рефератов:

- 1) Развитие социальных сетей и их влияние на современное общество.
- 2) Основные особенности социальных сетей и их роль в коммуникациях.
- 3) Сравнительный анализ различных платформ социальных сетей.
- 4) Стратегии коммуникаций в социальных сетях: основные подходы и методы.
- 5) Разработка целей и задач коммуникаций в социальных сетях.
- 6) Определение целевой аудитории и ее значения для эффективных коммуникаций.
- 7) Выбор подходящих платформ и инструментов для коммуникаций в социальных сетях.
- 8) Планирование содержания и регулярность публикаций в социальных сетях.
- 9) Процесс создания качественного контента для социальных сетей.
- 10) Написание привлекательных текстов для постов в социальных сетях.
- 11) Создание и редактирование привлекательных фотографий и видео для социальных сетей.
- 12) Использование графических инструментов для создания контента в социальных сетях.
- 13) Методы привлечения подписчиков и обеспечения их лояльности в социальных сетях.

- 14) Роль хештегов и геолокации в привлечении аудитории в социальных сетях.
- 15) Взаимодействие с аудиторией в социальных сетях: комментирование, лайки, ответы на вопросы.
- 16) Использование мониторинга и аналитики для оценки эффективности коммуникаций в социальных сетях.
- 17) Аналитические инструменты для измерения успеха коммуникаций в социальных сетях.
- 18) Управление негативными ситуациями и конфликтами в социальных сетях.
- 19) Реагирование на критику и негативные отзывы в социальных сетях.
- 20) Этические и правовые аспекты коммуникаций в социальных сетях.

Тематика эссе:

- 1) Влияние социальных сетей на межличностные коммуникации.
- 2) Преимущества и недостатки использования социальных сетей в коммуникациях.
- 3) Роль социальных сетей в развитии бренда и его продвижении.
- 4) Эволюция коммуникаций в социальных сетях: от простого общения до маркетинговых стратегий.
- 5) Использование сториз в социальных сетях для повышения вовлеченности аудитории.
- 6) Тренды и инновации в коммуникациях в социальных сетях.
- 7) Влияние социальных сетей на общество и его взаимодействие.
- 8) Маркетинговые инструменты и функции, доступные в социальных сетях.
- 9) Роль платной рекламы в продвижении бизнеса в социальных сетях.
- 10) Оценка эффективности коммуникаций в социальных сетях и внесение корректив в стратегии предприятия.
- 11) Этические нормы и правила поведения в социальных сетях.
- 12) Соблюдение авторских прав и защита персональных данных в социальных сетях.
- 13) Влияние социальных сетей на формирование общественного мнения.
- 14) Социальные сети как инструмент политических коммуникаций.
- 15) Вклад социальных сетей в развитие онлайн-торговли и электронного бизнеса.
- 16) Влияние социальных сетей на молодежную культуру и образ жизни.
- 17) Управление репутацией в социальных сетях: лучшие практики и стратегии.
- 18) Использование социальных сетей в образовательном процессе.
- 19) Взаимосвязь между офлайн-коммуникациями и коммуникациями в социальных сетях.
- 20) Будущее коммуникаций в социальных сетях: прогнозы и тенденции.

### 5.3. Фонд оценочных средств

### 5.4. Перечень видов оценочных средств

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Твердохлебова М. Д.	Интернет-маркетинг: Учебник	Москва: КноРус, 2022, URL: <a href="https://book.ru/book/942450">https://book.ru/book/942450</a>
Л1.2	Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г.	Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства: Учебное пособие	Москва: Новиков Дмитрий Александрович, 2010, URL: <a href="https://book.ru/book/917309">https://book.ru/book/917309</a>
Л1.3	Кин Э.	Ничего личного: Как социальные сети, поисковые системы и спецслужбы используют наши персональные данные	Москва: ООО "Альпина Паблишер", 2016, URL: <a href="http://znanium.com/catalog/document?id=133704">http://znanium.com/catalog/document?id=133704</a>

#### 6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Короткова М. В.	Правовое регулирование бизнеса в Интернете: новые реалии: Сборник материалов	Москва: Русайнс, 2018, URL: <a href="https://book.ru/book/930081">https://book.ru/book/930081</a>
Л2.2	Москвитин Г. И.	Интернет: механизмы распространения информации: Учебно-методическое пособие	Москва: Русайнс, 2017, URL: <a href="https://book.ru/book/922855">https://book.ru/book/922855</a>
Л2.3	Твердохлебова М. Д.	Интернет-маркетинг: Учебник	Москва: КноРус, 2021, URL: <a href="https://book.ru/book/940449">https://book.ru/book/940449</a>

#### 6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	Васильев А. Ю.	Рабочая тетрадь дисциплины "Связи с общественностью в органах власти": Учебное пособие	Москва: Русайнс, 2019, URL: <a href="https://book.ru/book/934613">https://book.ru/book/934613</a>
Л3.2	Чаган Н. Г.	PUBLIC RELATIONS в режиме реального маркетинга: Учебное пособие	Москва: Русайнс, 2021, URL: <a href="https://book.ru/book/936947">https://book.ru/book/936947</a>

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
ЛЗ.3	Чаган Н. Г.	Public Relations: управление преднамеренными коммуникациями: Учебное пособие	Москва: Русайнс, 2018, URL: <a href="https://book.ru/book/931049">https://book.ru/book/931049</a>
<b>6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы</b>			
Э1	Научный электронный журнал "European Journal of Communication". - Режим доступа: <a href="https://journals.sagepub.com/">https://journals.sagepub.com/</a>		
Э2	Электронный научный журнал «Медиаскоп». - Режим доступа: URL: <a href="http://www.mediascope.ru/">http://www.mediascope.ru/</a>		
Э3	Академический рецензируемый журнал «Социологическое обозрение». - Режим доступа: <a href="https://sociologica.hse.ru/">https://sociologica.hse.ru/</a>		
Э4	Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. - Режим доступа: <a href="https://vestnik.journ.msu.ru/">https://vestnik.journ.msu.ru/</a>		
Э5	Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. - Режим доступа: <a href="http://www.vestnik.vsu.ru/content/phylogolog/index_ru.asp">http://www.vestnik.vsu.ru/content/phylogolog/index_ru.asp</a>		
Э6	Научная электронная библиотека. - Режим доступа: <a href="http://www.elibrary.ru">www.elibrary.ru</a>		
Э7	Электронно-библиотечная система «Ibooks». - Режим доступа: <a href="https://ibooks.ru/">https://ibooks.ru/</a>		
Э8	PR-портал Российской ассоциации по связям с общественностью. - Режим доступа: <a href="http://www.raso.ru">http://www.raso.ru</a>		
Э9	Сайт Международного Клуба PR-управляющих. - Режим доступа: <a href="http://www.pr-professional.ru">http://www.pr-professional.ru</a>		
<b>6.3.1. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства</b>			
6.3.1.1	Windows 10 Pro RUS Операционная система – Windows 10 Pro RUS Подписка Microsoft Imagine Premium – Order №143659 от 12.07.2021		
6.3.1.2	7-Zip Архиватор 7-Zip Программное обеспечение по лицензии GNU GPL		
6.3.1.3	Яндекс Браузер Браузер Яндекс Браузер Лицензионное соглашение на использование программ Яндекс Браузер <a href="https://yandex.ru/legal/browser_agreement/">https://yandex.ru/legal/browser_agreement/</a>		
6.3.1.4	Mozilla Firefox Браузер Mozilla Firefox Программное обеспечение по лицензии GNU GPL		
6.3.1.5	Adobe Photoshop CS3 Графический редактор Adobe Photoshop Creative Suite 3 Adobe Software License Certificate ID CE0707281 от 12.07.2007		
6.3.1.6	1С:Предприятие 8. Комплект 1С:Предприятие 8. Комплект для обучения в высших и средних учебных заведениях. Сублицензионный договор № 32/180913/005 от 18.09.2013. (Первый БИТ)		
6.3.1.7	Kaspersky Endpoint Security Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный (350шт). Договор № ПР-00037842 от 4 декабря 2023 г. (ООО Прима АйТи)		
6.3.1.8	MS Visual Studio Community Edition Среда разработки Microsoft Visual Studio 2022 Программное обеспечение по лицензии GNU GPL		
<b>6.3.2. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем</b>			
6.3.2.1	Портал выбора технологий и поставщиков <a href="http://www.tadviser.ru">http://www.tadviser.ru</a>		
6.3.2.2	Проект IDEF.ru <a href="http://idef.ru">http://idef.ru</a>		
6.3.2.3	Консультант Плюс <a href="http://www.consultant.ru">http://www.consultant.ru</a>		
6.3.2.4	Global CIO Официальный портал ИТ-директоров <a href="http://www.globalcio.ru">http://www.globalcio.ru</a>		
6.3.2.5	ARIS BPM Community <a href="https://www.ariscommunity.com">https://www.ariscommunity.com</a>		
6.3.2.6	ABOUT THE UNIFIED MODELING LANGUAGE SPECIFICATION <a href="https://www.omg.org/spec/UML">https://www.omg.org/spec/UML</a>		
6.3.2.7	ИСО Международная организация по стандартизации <a href="https://www.iso.org/ru/home.html">https://www.iso.org/ru/home.html</a>		
6.3.2.8	РОССТАНДАРТ Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии <a href="https://www.gost.ru/portal/gost/">https://www.gost.ru/portal/gost/</a>		
6.3.2.9	Кодекс – Профессиональные справочные системы <a href="https://kodeks.ru">https://kodeks.ru</a>		

### 7. МТО (оборудование и технические средства обучения)

Ауд	Наименование	ПО	Оснащение
401	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	60 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук



	промежуточной аттестации.		
402	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	36 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
403	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	28 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
404	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	75 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор, переносной ноутбук
406	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	52 посадочных места, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор, переносной ноутбук
407	Помещение для	7-Zip	40 посадочных мест, преподавательское место, доска,

	проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	Яндекс Браузер LibreOffice	мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
408	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	30 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
409	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.	7-Zip Яндекс Браузер LibreOffice	36 посадочных мест, преподавательское место, доска, мультимедийный проектор (переносной), переносной ноутбук
410	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, самостоятельной работы.	Windows 10 Pro RUS 7-Zip Яндекс Браузер Mozilla Firefox LibreOffice LibreCAD Inkscape Notepad++. 1С:Предприятие 8. Комплект Kaspersky Endpoint Security MS Access 2016 MS Project Pro 2016 MS SQL Server 2019 MS SQL Server Management Studio 18.8 MS Visio Pro 2016 MS Visual Studio Community Edition Blender Gimp	20 посадочных мест, рабочее место преподавателя 20 компьютеров A320M-H-CF/AMD Athlon 3000G/DDR4-2666-8Гб/A-DATA SX6000LNP/AMD RADEON Vega3/Realtek PCI-E GBE 20 мониторов Samsung S24R350FHI 23.8" 20 комплектов клавиатура + мышь (USB) 1 управляемый коммутатор TP-LINK TL-SG1024D

		Maxima Oracle VM VirtualBox StarUML V1 PostgreSQL IntelliJ IDEA PyCharm Community Edition Eclips Adobe Reader DC Embarcadero RAD Studio XE8 Arduino Software (IDE) NetBeans IDE ZEAL	
410а	Помещение для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсовых работ (курсовых проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.		12 посадочных мест, преподавательское место

## 8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Методические указания к практическим занятиям

В рамках освоения дисциплины «Коммуникации в социальных сетях» проведение практических занятий не предусмотрено рабочим учебным планом академии.

### 7.6 Методические указания и материалы по видам занятий

Таблица 12 - Организация деятельности обучающихся по видам учебных занятий по дисциплине «Коммуникации в социальных сетях»

Вид учебных занятий, работ Организация деятельности обучающегося

Лекция Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения, отмечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе, если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.

Практические занятия Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом.

Домашние задания Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.

Учебный материал по дисциплине «Коммуникации в социальных сетях» разделен на логически завершенные части (модули), после освоения которых предусматривается опрос и просмотр практических работ. Работы оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг каждого из обучающихся. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и творческие их возможности: активность, неординарность, решение поставленных проблем, умение сформулировать и решить научную проблему.

Дисциплина «Коммуникации в социальных сетях» – входит в вариативную часть профессиональных знаний и навыков, на основе которых будет формироваться творческий аппарат обучающихся. Без успешного освоения этой дисциплины невозможно качественная профессиональная подготовка по специальности. Формируемый арсенал знаний и навыков нацелен на успешную самостоятельную творческую деятельность в сфере рекламы. Немаловажным в процессе освоения знаний и навыков по дисциплине «Коммуникации в социальных сетях» является ознакомление обучающегося с мировой проектной практикой в сфере ведения социальных сетей и мессенджеров.

Дисциплина «Коммуникации в социальных сетях» осваивается практически на примерах и заданиях, сориентированных на решение творческих задач. Выдаваемые на занятиях задания сопровождаются вводным инструктированием, в котором

излагаются методические и технологические требования к выполнению работы. Обучающихся знакомят с аналогами и прототипами, характерными особенностями композиционных решений в конкретных случаях, определяются цели, ставится учебная задача. Перед выполнением работы обучающиеся получают необходимую дополнительную информацию: перечень специальной и справочной литературы, визуальный материал на цифровых носителях, нормы и стандарты, технические условия и т. д.

Форма текущего контроля знаний – контроль выполнения работы обучающихся на практическом занятии. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – экзамен.

#### 7.7 Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы

Курсовое проектирование и контрольная работа по данной дисциплине не предусмотрены

Сегодня одной из наиболее актуальных и инновационных форм индивидуальной самостоятельной работы обучающегося является реферат

Реферат — научное исследование — наиболее распространенный тип самостоятельной работы обучающихся. Форма и содержание данного типа реферата полностью соответствует классическому, традиционному пониманию того, что такое «реферат», то есть творческое содержание изложение той или иной темы научного исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и обучающегося в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей обучающегося, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, автор исследования должен ограничить его предмет. Другими словами оговорить, что он рассматривает. Творчески работающий обучающийся может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку, идя от противного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном научном поиске обучающегося, сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

Важную роль в реферате играет обзор литературы и его указатель в конце работы. По списку литературы, ее новизне и объему можно всецело судить о знаниях, интересах и эрудиции автора, его желании серьезно осмыслить тему. Обзор литературы связывает автора с событиями сегодняшнего дня и позволяет ответить на вопрос — почему исследуется данная тема, что взволновало в ней автора, как он понимает актуальные проблемы сегодняшнего дня.

В реферате обычно распространено широкое цитирование. В этом случае автор либо в конце страницы, либо в скобках после цитаты дает полное указание на цитируемую литературу. Если цитирование неправильно или небрежно оформлено, реферат вызывает большие сомнения в плане серьезности работы над ним.

Особым видом РНИ является так называемый «компенсаторный реферат». Это небольшая студенческая работа — отчет по пропущенной или слабоизученной теме. В отличие от РНИ, объем которого составляет 15—20 страниц, реферат, компенсирующий незнание ранее изученного материала, может не носить творчески-поискового характера и иметь меньший объем. Оба типа реферата обычно оформляются либо машинописным текстом, либо написанным вручную.

Методические рекомендации по написанию реферата

При выполнении реферата обучающимся необходимо:

- Выбрать тему для написания реферата.
- Затем следует подобрать по выбранной теме литературу, используя список литературы, рекомендуемый преподавателем, каталоги библиотек, систему Интернет, при этом особое внимание следует уделить новой научной литературе.
- После ознакомления с литературой, необходимо разработать предварительный план работы над рефератом, определив для себя вопросы, требующие длительной проработки. При этом следует помнить, что план должен содержать обязательный минимум пунктов, соответствующих определенным разделам реферата: введению, основной части работы и заключению.
- Введение обосновывает выбранную обучающимся тему, ее актуальность и практическую значимость. В этой части работы рекомендуется провести краткий историографический обзор темы, назвать имена специалистов, занимавшихся данной проблемой, осветить на основании каких исторических источников будет написан реферат.
- Основная часть реферата должна состоять из нескольких вопросов, соответствующих подпунктам разработанного плана. При их освещении необходимо убедительно раскрыть исторические процессы и события, аргументируя их. При написании реферата не следует употреблять общие фразы, не подкрепленные конкретными данными; увлекаться отдельными фактами без их анализа. Обучающиеся не должны бояться поднимать в своей работе дискуссионные вопросы, а также выражать свою точку зрения. При изложении текста стоит помнить, что свои мысли необходимо формулировать грамотно, повествование должно быть неразрывно связано по смыслу, иметь строгую логическую последовательность. Все выводы и обобщения нужно формулировать понятно и логично.
- В заключении реферата следует сделать выводы по изученной теме, связать их с современностью, выразить свое отношение к проблеме.
- Реферат должен содержать список использованных источников.

Требования к оформлению реферата

На титульном листе реферата указывается тема, фамилия, имя, отчество обучающегося, название факультета, номер группы и направление подготовки. Фамилия и должность преподавателя.

Текст реферата должен быть набран на компьютере с соблюдением следующих требований: записи располагаются с соблюдением абзацных отступов, поля: левое – 3 см; правое – 1 см; верхнее, нижнее – 2 см. Не допускается произвольное сокращение слов и каких-либо обозначений, не принятых в литературе.

Объем реферата должен достигать 12-15 страниц печатного текста. Все страницы работы, кроме титульной, нумеруются. Набор текста через 1,5 интервала, шрифтом TimesNewRomanCyr или ArialCyr, размер 14 пт (пунктов), при параметрах страницы: поля — 2,54 см (верхнее, нижнее, левое, правое), от края листа до колонтитулов 1,25 см (верхнего, нижнего), размер бумаги — А4.

Цитаты, использованные в тексте, должны быть взяты в кавычки с обязательной ссылкой на источник. Ссылки должны быть номерными (в квадратных скобках: порядковый номер источника, страницы).

Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или названия источников. В него включаются публикации, имеющие методологическое значение, и специальная литература, которая используется в данном реферате. Источники и литература в списке располагаются в следующем порядке:

- официальные документы (в хронологическом порядке);
- книги, брошюры (в алфавитном порядке);
- материалы периодической печати (в алфавитном порядке);
- литература на иностранных языках (в алфавитном порядке).

Тематика рефератов прилагается.

Написание реферата предполагает глубокое изучение обозначенной темы.

Критерии оценки:

Оценка «зачтено» - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, правила оформления реферата не соблюдены.

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы

Курсовое проектирование и контрольная работа по данной дисциплине не предусмотрены

Сегодня одной из наиболее актуальных и инновационных форм индивидуальной самостоятельной работы обучающегося является реферат

Реферат — научное исследование — наиболее распространенный тип самостоятельной работы обучающихся. Форма и содержание данного типа реферата полностью соответствует классическому, традиционному пониманию того, что такое «реферат», то есть творческое содержание изложение той или иной темы научного исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и обучающегося в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей обучающегося, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, автор исследования должен ограничить его предмет. Другими словами оговорить, что он рассматривает. Творчески работающий обучающийся может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку, идя от противного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном научном поиске обучающегося, сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

Важную роль в реферате играет обзор литературы и его указатель в конце работы. По списку литературы, ее новизне и объему можно всецело судить о знаниях, интересах и эрудиции автора, его желании серьезно осмыслить тему. Обзор литературы связывает автора с событиями сегодняшнего дня и позволяет ответить на вопрос — почему исследуется данная тема, что взволновало в ней автора, как он понимает актуальные проблемы сегодняшнего дня.

В реферате обычно распространено широкое цитирование. В этом случае автор либо в конце страницы, либо в скобках после цитаты дает полное указание на цитируемую литературу. Если цитирование неправильно или небрежно оформлено, реферат вызывает большие сомнения в плане серьезности работы над ним.

Особым видом РНИ является так называемый «компенсаторный реферат». Это небольшая студенческая работа — отчет по пропущенной или слабоизученной теме. В отличие от РНИ, объем которого составляет 15—20 страниц, реферат, компенсирующий незнание ранее изученного материала, может не носить творчески-поискового характера и иметь меньший объем. Оба типа реферата обычно оформляются либо машинописным текстом, либо написанным вручную.

Методические рекомендации по написанию реферата

При выполнении реферата обучающимся необходимо:

- Выбрать тему для написания реферата.
- Затем следует подобрать по выбранной теме литературу, используя список литературы, рекомендуемый преподавателем, каталоги библиотек, систему Интернет, при этом особое внимание следует уделить новой научной

литературе.

□ После ознакомления с литературой, необходимо разработать предварительный план работы над рефератом, определив для себя вопросы, требующие длительной проработки. При этом следует помнить, что план должен содержать обязательный минимум пунктов, соответствующих определенным разделам реферата: введению, основной части работы и заключению.

□ Введение обосновывает выбранную обучающимся тему, ее актуальность и практическую значимость. В этой части работы рекомендуется провести краткий историографический обзор темы, назвать имена специалистов, занимавшихся данной проблемой, осветить на основании каких исторических источников будет написан реферат.

□ Основная часть реферата должна состоять из нескольких вопросов, соответствующих подпунктам разработанного плана. При их освещении необходимо убедительно раскрыть исторические процессы и события, аргументируя их. При написании реферата не следует употреблять общие фразы, не подкрепленные конкретными данными; увлекаться отдельными фактами без их анализа. Обучающиеся не должны бояться поднимать в своей работе дискуссионные вопросы, а также выражать свою точку зрения. При изложении текста стоит помнить, что свои мысли необходимо формулировать грамотно, повествование должно быть неразрывно связано по смыслу, иметь строгую логическую последовательность. Все выводы и обобщения нужно формулировать понятно и логично.

□ В заключении реферата следует сделать выводы по изученной теме, связать их с современностью, выразить свое отношение к проблеме.

□ Реферат должен содержать список использованных источников.

Требования к оформлению реферата

На титульном листе реферата указывается тема, фамилия, имя, отчество обучающегося, название факультета, номер группы и направление подготовки. Фамилия и должность преподавателя.

Текст реферата должен быть набран на компьютере с соблюдением следующих требований: записи располагаются с соблюдением абзацных отступов, поля: левое – 3 см; правое – 1 см; верхнее, нижнее – 2 см. Не допускается произвольное сокращение слов и каких-либо обозначений, не принятых в литературе.

Объем реферата должен достигать 12-15 страниц печатного текста. Все страницы работы, кроме титульной, нумеруются. Набор текста через 1,5 интервала, шрифтом TimesNewRomanCyr или ArialCyr, размер 14 пт (пунктов), при параметрах страницы: поля — 2,54 см (верхнее, нижнее, левое, правое), от края листа до колонтитулов 1,25 см (верхнего, нижнего), размер бумаги — А4.

Цитаты, использованные в тексте, должны быть взяты в кавычки с обязательной ссылкой на источник. Ссылки должны быть номерными (в квадратных скобках: порядковый номер источника, страницы).

Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или названия источников. В него включаются публикации, имеющие методологическое значение, и специальная литература, которая используется в данном реферате. Источники и литература в списке располагаются в следующем порядке:

- официальные документы (в хронологическом порядке);
- книги, брошюры (в алфавитном порядке);
- материалы периодической печати (в алфавитном порядке);
- литература на иностранных языках (в алфавитном порядке).

Тематика рефератов прилагается.

Написание реферата предполагает глубокое изучение обозначенной темы.

Критерии оценки:

Оценка «зачтено» - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, правила оформления реферата не соблюдены.

Методические указания к лабораторным занятиям

В рамках освоения дисциплины «Техника и технология рекламной фотографии» проведение лабораторных занятий не предусмотрено рабочим учебным планом академии.

Методические указания и материалы по видам занятий

Организация деятельности обучающихся по видам учебных занятий по дисциплине «Техника и технология рекламной фотографии»

Вид учебных занятий, работ Организация деятельности обучающегося

Лекция Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения, отмечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе, если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на

практическом занятии.

**Практические занятия** Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом.

**Домашние задания** Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.

Учебный материал по дисциплине «Техника и технология рекламной фотографии» разделен на логически завершенные части (модули), после освоения которых предусматривается опрос и просмотр практических работ. Работы оцениваются в баллах, сумма которых определяет рейтинг каждого из обучающихся. В баллах оцениваются не только знания и навыки обучающихся, но и творческие их возможности: активность, неординарность, решение поставленных проблем, умение сформулировать и решить научную проблему.

Дисциплина «Техника и технология рекламной фотографии» – входит в вариативную часть профессиональных знаний и навыков, на основе которых будет формироваться творческий аппарат обучающихся. Без успешного освоения этой дисциплины невозможно качественная профессиональная подготовка по специальности. Формируемый арсенал знаний и навыков нацелен на успешную самостоятельную творческую деятельность в сфере рекламы. Немаловажным в процессе освоения знаний и навыков по дисциплине «Техника и технология рекламной фотографии» является ознакомление обучающегося с мировой проектной практикой и опыт признанных мастеров фотографии в сфере рекламы.

Дисциплина «Техника и технология рекламной фотографии» осваивается практически на примерах и заданиях, сориентированных на решение творческих задач. Выдаваемые на занятиях задания сопровождаются вводным инструктированием, в котором излагаются методические и технологические требования к выполнению работы.

Обучающихся знакомят с аналогами и прототипами, характерными особенностями композиционных решений в конкретных случаях, определяются цели, ставится учебная задача. Перед выполнением работы обучающиеся получают необходимую дополнительную информацию: перечень специальной и справочной литературы, визуальный материал на цифровых носителях, нормы и стандарты, технические условия и т. д.

Форма текущего контроля знаний – контроль выполнения работы обучающихся на практическом занятии. Итоговая форма контроля знаний по дисциплине – зачёт.

Методические указания к курсовому проектированию и другим видам самостоятельной работы

Курсовое проектирование и контрольная работа по данной дисциплине не предусмотрены

Сегодня одной из наиболее актуальных и инновационных форм индивидуальной самостоятельной работы обучающегося является реферат

Реферат — научное исследование — наиболее распространенный тип самостоятельной работы обучающихся. Форма и содержание данного типа реферата полностью соответствует классическому, традиционному пониманию того, что такое «реферат», то есть творческое содержание изложение той или иной темы научного исследования. Темы предлагаются программой курса и творчески модифицируются в совместной работе преподавателя и обучающегося в зависимости от знаний, интересов, способностей и возможностей обучающегося, его склонности к научному поиску.

Определив тему реферата, автор исследования должен ограничить его предмет. Другими словами оговорить, что он рассматривает. Творчески работающий обучающийся может углубить или развить некоторые идеи разделяемой им точки зрения, существующей в науке, но может дать свою собственную оригинальную трактовку, идя от противного, т.е. отрицая существующие позиции и предлагая свою интерпретацию проблемы.

Творческий характер подобного типа реферата не столько в самостоятельном научном поиске обучающегося, сколько в его творческом интересе, самостоятельном выборе темы, том ракурсе изложения иногда общеизвестных положений, который может найти только самостоятельно мыслящий человек.

Важную роль в реферате играет обзор литературы и его указатель в конце работы. По списку литературы, ее новизне и объему можно всецело судить о знаниях, интересах и эрудиции автора, его желании серьезно осмыслить тему. Обзор литературы связывает автора с событиями сегодняшнего дня и позволяет ответить на вопрос — почему исследуется данная тема, что взволновало в ней автора, как он понимает актуальные проблемы сегодняшнего дня.

В реферате обычно распространено широкое цитирование. В этом случае автор либо в конце страницы, либо в скобках после цитаты дает полное указание на цитируемую литературу. Если цитирование неправильно или небрежно оформлено, реферат вызывает большие сомнения в плане серьезности работы над ним.

Особым видом РНИ является так называемый «компенсаторный реферат». Это небольшая студенческая работа — отчет по пропущенной или слабоизученной теме. В отличие от РНИ, объем которого составляет 15—20 страниц, реферат, компенсирующий незнание ранее изученного материала, может не носить творчески-поискового характера и иметь меньший объем. Оба типа реферата обычно оформляются либо машинописным текстом, либо написанным вручную.

Методические рекомендации по написанию реферата

При выполнении реферата обучающимся необходимо:

- Выбрать тему для написания реферата.
- Затем следует подобрать по выбранной теме литературу, используя список литературы, рекомендуемый преподавателем, каталоги библиотек, систему Интернет, при этом особое внимание следует уделить новой научной литературе.
- После ознакомления с литературой, необходимо разработать предварительный план работы над рефератом,

определив для себя вопросы, требующие длительной проработки. При этом следует помнить, что план должен содержать обязательный минимум пунктов, соответствующих определенным разделам реферата: введению, основной части работы и заключению.

- Введение обосновывает выбранную обучающимся тему, ее актуальность и практическую значимость. В этой части работы рекомендуется провести краткий историографический обзор темы, назвать имена специалистов, занимавшихся данной проблемой, осветить на основании каких исторических источников будет написан реферат.
- Основная часть реферата должна состоять из нескольких вопросов, соответствующих подпунктам разработанного плана. При их освещении необходимо убедительно раскрыть исторические процессы и события, аргументируя их. При написании реферата не следует употреблять общие фразы, не подкрепленные конкретными данными; увлекаться отдельными фактами без их анализа. Обучающиеся не должны бояться поднимать в своей работе дискуссионные вопросы, а также выражать свою точку зрения. При изложении текста стоит помнить, что свои мысли необходимо формулировать грамотно, повествование должно быть неразрывно связано по смыслу, иметь строгую логическую последовательность. Все выводы и обобщения нужно формулировать понятно и логично.
- В заключении реферата следует сделать выводы по изученной теме, связать их с современностью, выразить свое отношение к проблеме.
- Реферат должен содержать список использованных источников.

#### Требования к оформлению реферата

На титульном листе реферата указывается тема, фамилия, имя, отчество обучающегося, название факультета, номер группы и направление подготовки. Фамилия и должность преподавателя.

Текст реферата должен быть набран на компьютере с соблюдением следующих требований: записи располагаются с соблюдением абзацных отступов, поля: левое – 3 см; правое – 1 см; верхнее, нижнее – 2 см. Не допускается произвольное сокращение слов и каких-либо обозначений, не принятых в литературе.

Объем реферата должен достигать 12-15 страниц печатного текста. Все страницы работы, кроме титульной, нумеруются. Набор текста через 1,5 интервала, шрифтом TimesNewRomanCyr или ArialCyr, размер 14 пт (пунктов), при параметрах страницы: поля — 2,54 см (верхнее, нижнее, левое, правое), от края листа до колонтитулов 1,25 см (верхнего, нижнего), размер бумаги — А4.

Цитаты, использованные в тексте, должны быть взяты в кавычки с обязательной ссылкой на источник. Ссылки должны быть номерными (в квадратных скобках: порядковый номер источника, страницы).

Список использованной литературы составляется в алфавитном порядке по первой букве фамилии авторов или названия источников. В него включаются публикации, имеющие методологическое значение, и специальная литература, которая используется в данном реферате. Источники и литература в списке располагаются в следующем порядке:

- официальные документы (в хронологическом порядке);
- книги, брошюры (в алфавитном порядке);
- материалы периодической печати (в алфавитном порядке);
- литература на иностранных языках (в алфавитном порядке).

Тематика рефератов прилагается.

Написание реферата предполагает глубокое изучение обозначенной темы.

#### Критерии оценки:

Оценка «зачтено» - выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.

Оценка «не зачтено» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы, правила оформления реферата не соблюдены.

#### Кейс-стади в рамках самостоятельной работы:

Кейс-стади 1: Управление кризисной ситуацией в социальных сетях

Описание: Компания столкнулась с проблемой, когда негативные отзывы и критика начали распространяться в социальных сетях. Ситуация может нанести значительный ущерб репутации и привести к потере клиентов.

#### Алгоритм выполнения:

- 1) Мониторинг: Отследите и проследите за развитием ситуации в социальных сетях. Определите основные причины негатива и выясните, как информация распространяется.
- 2) Анализ: Изучите отзывы и сообщения, чтобы понять, какая информация является действительной, а какая может быть преувеличенной или недостоверной.
- 3) Реагирование: Быстро и эффективно отвечайте на негативные отзывы и комментарии. Подавляйте огонь, но делайте это таким образом, чтобы сохранить спокойствие и профессионализм. Предлагайте решения проблем, предоставляйте объяснения и комментарии.
- 4) Объединение коммуникаций: Синхронизируйте коммуникации через все платформы социальных сетей, чтобы обеспечить консистентность и единообразие сообщений.



5) Построение доверия: Воспользуйтесь возможностью для взаимодействия с негативными отзывами, чтобы перейти к открытому и конструктивному диалогу. Действуйте с прозрачностью и открытостью, предлагайте решения проблем и прояснение.

Вариант решения: Компания должна активно участвовать в диалоге с негативными отзывами, предлагать решения и демонстрировать, что принимает на себя ответственность за ситуацию. Важно обеспечить консистентность и профессионализм в своих коммуникациях и следить за репутацией в социальных сетях.

Кейс-стади 2: Разработка стратегии коммуникаций в социальных сетях

Описание: Компания решила улучшить свое присутствие в социальных сетях и усилить свои коммуникации с аудиторией. Для этого необходимо разработать стратегию коммуникаций, которая будет соответствовать целям и задачам компании.

Алгоритм выполнения:

- 1) Цели и задачи: Определите основные цели и задачи, которые хотите достичь через использование социальных сетей. Может быть, это повышение узнаваемости бренда, привлечение новых клиентов, улучшение взаимодействия с текущими клиентами и т. д.
- 2) Целевая аудитория: Изучите свою целевую аудиторию и определите, какие платформы социальных сетей они используют. Узнайте, какие типы контента и коммуникаций наиболее интересны вашей аудитории.
- 3) Платформы и инструменты: Выберите подходящие платформы социальных сетей, которые наиболее полно отвечают вашим целям и потребностям аудитории. Используйте инструменты, которые помогут вам управлять и измерять ваши коммуникации.
- 4) Содержание и регулярность публикаций: Планируйте содержание и регулярность публикаций, учитывая интересы и потребности вашей аудитории. Разнообразьте контент, используйте форматы, которые наиболее привлекательны для вашей целевой аудитории.
- 5) Отслеживание и анализ: Постоянно отслеживайте реакции и взаимодействие вашей аудитории, а также измеряйте эффективность своих коммуникаций. Используйте аналитические инструменты, чтобы принимать во внимание узнаваемость и привлекательность вашего контента.

Вариант решения: Разработайте целевую стратегию коммуникаций в социальных сетях, учитывая основные цели и задачи компании. Инвестируйте время и ресурсы в понимание своей целевой аудитории и выбор наиболее подходящих платформ социальных сетей. Постоянно изучайте реакции и анализируйте результаты своих коммуникаций для непрерывного улучшения и оптимизации своей стратегии.

Кейс-стади 3: Создание качественного контента для социальных сетей

Описание: Компания сталкивается с проблемой низкой вовлеченности аудитории в своих социальных сетях. Большая часть публикаций не привлекает достаточно внимания и не генерирует достаточное количество лайков, комментариев и репостов.

Алгоритм выполнения:

- 1) Анализ: Изучите предыдущие публикации и проанализируйте, какой контент был наиболее успешным и привлекал внимание аудитории. Определите общие черты и факторы успеха.
- 2) Целевая аудитория: Учитывайте интересы, желания и потребности вашей целевой аудитории при создании контента. Используйте данные и исследования, чтобы лучше понять, что интересует вашу аудиторию.
- 3) Разнообразие форматов: Используйте различные форматы контента - фотографии, видео, статьи, аудио, графику и т.д. Разнообразие форматов поможет привлечь внимание разной части вашей аудитории.
- 4) Качество и эстетика: Обратите внимание на качество визуального и текстового контента. Используйте качественные изображения, привлекательные заголовки и тексты. Уделите внимание эстетике публикаций.
- 5) Персонализация: Стремитесь к более персональному подходу к вашей аудитории. Узнавайте и используйте имена пользователей, задавайте вопросы и поддерживайте активный диалог.
- 6) Контент-план: Планируйте содержание заранее и предоставляйте постоянный поток интересного контента. Определите темы, которые наиболее интересны вашей аудитории и создайте контент на их основе.

Вариант решения: Разработайте стратегию использования различных форматов контента, качественное и эстетически привлекательное оформление, и персонализацию взаимодействия с аудиторией. Составьте контент-план, учитывая интересы и потребности вашей целевой аудитории.

Кейс-стади 4: Привлечение новой аудитории и взаимодействие с ней в социальных сетях

Описание: Компания хочет привлечь новую аудиторию и увеличить число подписчиков в социальных сетях. Однако,

текущие методы не дают желаемых результатов, и обратная связь с новыми подписчиками низкая.

Алгоритм выполнения:

1) Целевая аудитория: Определите, какую аудиторию вы хотите привлечь и кто был вашей целевой аудиторией. Изучите их интересы, хобби, потребности и на этой основе создайте контент, который будет наиболее привлекательным для новой аудитории.

2) Хештеги и геолокация: Используйте хештеги и геолокацию в своих публикациях, чтобы улучшить видимость и увеличить шансы привлечь новую аудиторию. Используйте популярные хештеги, связанные с вашей нишей, и указывайте геолокацию, чтобы привлечь местную аудиторию.

3) Реклама и партнерства: Используйте рекламные возможности социальных сетей, чтобы расширить свою аудиторию. Рассмотрите возможность сотрудничества с популярными пользователем или инфлюэнсерами, чтобы привлечь их аудиторию.

4) Взаимодействие: Активно взаимодействуйте с новыми подписчиками, отвечайте на их комментарии и отзывы. Предлагайте им информацию и контент, которые будут интересны для них. Постепенно формируйте доверие и лояльность новой аудитории.

5) Контент-план: Составьте контент-план, который будет нацелен на привлечение новой аудитории. Не забывайте включать в него контент, который будет делиться и комментироваться, чтобы привлечь внимание новых пользователей.

Вариант решения: Определите целевую аудиторию и разработайте стратегию привлечения новых подписчиков. Используйте хештеги, геолокацию, партнерства и рекламные возможности социальных сетей. Взаимодействуйте активно с новой аудиторией и предоставляйте им интересный контент.