

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

Гуманитарный институт



УТВЕРЖДАЮ

Директор института

Е.М. Петровичева

06 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

РАБОТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

направление подготовки: 42.03.02 Журналистика

профиль подготовки: Журналистика

г. Владимир
2021

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование знаний о работе в соцсетях на примере современных СМИ; формирование представлений о последних тенденциях развития журналистики в социальных сетях.

Задачи:

- познакомить с основными направлениями социальных медиа;
- сформировать мотивацию к творческому процессу и развитию журналиста в соцсетях;
- выработать мотивацию для работы над личным профилем журналиста в соцсетях;
- овладеть методиками работы над материалами разных жанров в информационно-коммуникационном пространстве XXI века;
- освоить приемы и средства создания, продвижения и анализа текстового, визуального и аудиоконтента в современных социальных сетях.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Работа в социальных сетях» относится к части учебного плана по направлению 42.03.02 «Журналистика», формируемой участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору).

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

| Формируемые компетенции (код, содержание компетенций) | Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции) | | Наименование оценочного средства |
|--|---|--|--|
| | Индикатор достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине | |
| ПК-13 Способен использовать адекватные методы и приемы редактирования журналистских текстов, современные редакционные технологии, медиаканалы и платформы в процессе выпуска журналистского текста (или продукта). | <p>ПК-13.1 Знает технику редакторского анализа и методы редактирования материалов для наиболее полного раскрытия авторского замысла и реализации информационной политики СМИ.</p> <p>ПК-13.2 Умеет работать над контекстом, орфографией и стилем текста, работать как редактор с фото-, видео-, аудиоинформацией; применять методы и технологии подготовки медиапродукта в разных форматах (текст, аудио, видео, фото, графика).</p> <p>ПК-13.3 Владеет навыками сочетания различных форматов</p> | <p>Знает технику редакторского анализа и методы редактирования материалов для наиболее полного раскрытия авторского замысла и реализации информационной политики СМИ.</p> <p>Умеет работать над контекстом, орфографией и стилем текста, работать как редактор с фото-, видео-, аудиоинформацией; применять методы и технологии подготовки медиапродукта в разных форматах (текст, аудио, видео, фото, графика).</p> <p>Владеет навыками сочетания различных форматов материалов в составе одного и того же СМИ,</p> | Тестовые вопросы Практико-ориентированные задания |

| | | | |
|--|---|--|--|
| | материалов в составе одного и того же СМИ, применения цифровых технологий в печати, на телевидении, в радиовещании, в интернет-СМИ. | применения цифровых технологий в печати, на телевидении, в радиовещании, в интернет-СМИ. | |
|--|---|--|--|

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Тематический план форма обучения – очная

| № п/п | Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины | Семестр | Неделя семестра | Контактная работа обучающихся с педагогическим работником | | | | Самостоятельная работа | Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам) |
|----------------------------|---|---------|-----------------|---|----------------------|---------------------|---------------------------------|------------------------|---|
| | | | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | в форме практической подготовки | | |
| 1. | Социальные сети как актуальная платформа для развития масс-медиа. | 5 | 1-2 | | | 4 | 1 | 4 | |
| 2. | Журналистика и коммуникация: принципы работы в социальных сетях. | 5 | 3-4 | | | 4 | 1 | 4 | |
| 3. | Средства развития и формирования актуального контента. | 5 | 5-6 | | | 4 | 1 | 4 | Рейтинг-контроль № 1 |
| 4. | Работа администратора в социальных сетях. | 5 | 7-8 | | | 4 | 1 | 4 | |
| 5. | Продвижение журналистских материалов в социальных сетях. | 5 | 9-10 | | | 4 | 1 | 4 | |
| 6. | Роль социальных сетей в дистрибуции контента. | 5 | 11-12 | | | 4 | 1 | 4 | Рейтинг- контроль № 2 |
| 7. | Гибкие модели работы в редакции. | 5 | 13-14 | | | 4 | 1 | 4 | |
| 8. | Особенности восприятия информации в социальных сетях. Ведение страницы. | 5 | 15-16 | | | 4 | 1 | 4 | |
| 9. | Мастерство журналиста для работы в социальных сетях. | 5 | 17-18 | | | 4 | 1 | 4 | Рейтинг-контроль № 3 |
| Всего за 5 семестр | | | | | | 36 | | 36 | Зачёт |
| Наличие в дисциплине КП/КР | | | | | | | | | |
| Итого по дисциплине | | | | | | 36 | | 36 | Зачет |

Содержание лабораторных работ по дисциплине

Лабораторная работа №1. Социальные сети как актуальная платформа для развития масс-медиа.

1. Мозговой штурм: «Работа журналиста в социальных сетях»
2. Контент-анализ разнообразных аккаунтов региональных и федеральных СМИ в соцсетях. Выбор наиболее актуальных социальных сетей для развития и популяризации СМИ.
3. Дискуссия: «Страницы СМИ в социальных сетях: «любительство» или профессиональная необходимость?»

Лабораторная работа №2. Журналистика и коммуникация: принципы работы в социальных сетях

1. Разработка концепции СМИ в социальных сетях. Выбор тематики, направления и развития.
2. Создание страницы СМИ в нескольких социальных сетях.
3. Обсуждение наполнения и актуализации информации.

Лабораторная работа №3. Средства развития и формирования актуального контента

1. Анализ аудитории, выделение целевых групп пользователей. Дискуссия: «Кто и зачем читает СМИ в соцсетях?»
2. Работа с текстом, изображениями, видео- и аудиоматериалами для страницы в социальной сети.
3. Составить тематический план материалов на странице в социальной сети на неделю.

Лабораторная работа №4. Работа администратора в социальных сетях

1. Обсуждение работы СМИ за неделю. Анализ достоинств и недостатков предложенных материалов.
2. Составление правил работы администратора страницы в социальной сети.
3. Редактирование журналистских работ (текстовых и аудиовизуальных материалов) для социальных сетей.

Лабораторная работа №5. Продвижение журналистских материалов в социальных сетях

1. Ролевая игра: «Журналист и пользователь: 10 вопросов друг другу».
2. Анализ аккаунтов СМИ в социальных сетях, формулировка актуальных способов продвижения материалов.
3. Дискуссия об эффективности развития и продвижения материалов в социальных сетях.

Лабораторная работа №6. Роль социальных сетей в дистрибуции контента

1. Дискуссия на тему: «Что такое дистрибуция контента и зачем она нужна?».
2. Продемонстрировать способы дистрибуции на примере созданной страницы в социальной сети.
3. Анализ примеров дистрибуции в соцсетях других СМИ.

Лабораторная работа №7. Гибкие модели работы в редакции

1. Обсуждение современных моделей работы журналиста.
2. Тренинг: «Гибкая модель работы: права и обязанности сотрудников редакции».
3. Анализ примеров работы редакций с «гибкой моделью». Преимущества и недостатки взаимодействия.

Лабораторная работа №8. Особенности восприятия информации в социальных сетях. Ведение страницы.

1. Дискуссия: «Основы восприятия информации в социальных сетях».
2. Обсуждение, как отследить эффективность журналистской работы в социальной сети.
3. Составление и обсуждение плана разработки стратегии развития страницы социальной сети для разных видов СМИ.

Лабораторная работа №9. Мастерство журналиста для работы в социальных сетях.

1. Дискуссия на тему: «Каким должен быть журналистский материал в социальной сети».
2. Тренинг: редактирование материалов в социальных сетях. Основы критического анализа.
3. Предложить 10 направлений для развития созданных страниц в социальных сетях.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1. Текущий контроль успеваемости

Рейтинг-контроль №1

1. Что такое социальные сети? Перечислите те, что известны вам? (социальные сети – интернет-платформы для общения, размещения информации, создания социальных отношений с другими людьми, которые имеют схожие интересы или офлайн-связи). (наиболее популярные социальные сети русскоязычного сегмента: Вконтакте, Одноклассники и т.д.)
2. СМИ в социальных сетях: особенности журналистской работы.
3. Опыт создания страницы в социальной сети.
4. Личная страница в социальной сети и профиль СМИ: в чём сходство и различие?
5. Анализ целевых групп в социальных сетях. Интернет-СМИ и страницы СМИ в социальных сетях.
6. Особенности разработки контента для социальных сетей.
7. Аудиовизуальное оформление страницы в социальной сети.
8. Информация или развлечение? В чём суть работы журналиста в социальных сетях?

9. Основные инструменты работы журналиста по актуализации и размещению информации в социальных сетях.
10. Какие этические правила и нормы необходимо соблюдать при работе в социальных сетях?
11. Особенности структуры и размещения материалов СМИ в социальных сетях.
12. Как анализировать материал в социальной сети, рекомендации для авторов и редакторов.
13. Социальные сети и современные СМИ (перечислите особенности взаимодействия и работы).
14. Проанализировать примеры профилей СМИ в социальных сетях.
15. Назовите особенности продвижения материалов и развития аккаунта в социальной сети.
16. Какие темы, на ваш взгляд, наиболее актуальны для освещения именно в социальных сетях?
17. Проблема авторства и распространения информации в социальных сетях.
18. Как можно оценить эффективность работы в социальной сети? Работа с комментариями и привлечение подписчиков.

Рейтинг-контроль №2

1. Как происходит раскрытие темы и адаптация аудиовизуального материала в социальных сетях?
2. Что такое вовлечённость аудитории и каким образом можно её стимулировать на странице в социальной сети?
3. Как распланировать размещение материалов в аккаунте СМИ и обеспечить автоматическую выкладку?
4. Информирование или креативный подход: что наиболее актуально для пользователей в социальных сетях?
5. Что такое «кликбейт» и зачем он нужен?
6. Что такое дистрибуция контента?
7. Какие способы дистрибуции контента применяют современные СМИ?
8. Какие качества необходимы журналисту для работы в социальных сетях?
9. Личный профиль журналиста и официальная страница СМИ: в чём особенности ведения и корреляции?
10. Какие социальные сети наиболее популярны в российском сегменте и почему?
11. Что такое «переупаковка» материалов и как её применяют в социальных сетях?
12. Сравнительный анализ официальных страниц СМИ региона в социальных сетях.

13. Редакционная политика в отношении ведения социальных сетей.

Рейтинг-контроль №3

1. Понятие «гибкой» работы редакции.
2. Распределение обязанностей в редакции с «гибкой системой работы».
3. Роль автора и редактора журналистского материала в социальных сетях.
4. Как социальные сети помогают журналисту находить информацию?
5. Как можно охарактеризовать современные модели работы журналиста?
6. Анализ журналистских материалов в социальных сетях.
7. Развитие масс-медиа в социальных сетях.
8. В чём особенности восприятия информации в социальных сетях?
9. Стратегия развития и ведения страницы СМИ в социальной сети.
10. Интерактивность социальных сетей.
11. Может ли пользователь социальной сети стать соавтором журналистского материала?
12. Можно ли восстановить аккаунт СМИ в социальных сетях и как это сделать?
13. В чём особенность работы журналиста в социальных сетях?

5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины-зачет Вопросы к зачёту

1. Социальные сети. Определение понятия. Виды.
2. Социальные сети и СМИ: особенности создания страницы и профиля.
3. Назовите региональные и федеральные СМИ, у которых есть страницы в социальных сетях.
4. Охарактеризуйте цели и задачи журналиста, работающего в социальных сетях.
5. Социальные сети как источник информации: проблема верификации данных.
6. Какие социальные сети русскоязычного сегмента Интернета сейчас наиболее популярны и почему?
7. Как определяется целевая аудитория в социальных сетях?
8. Как формируется аудиовизуальный контент в социальных сетях?
9. Интерактивность СМИ в социальных сетях: опросы, комментарии, розыгрыши, флешмобы.
10. Поиск тем и героев в социальных сетях.
11. Безопасность в социальных сетях, какие требования предъявляются к СМИ.
12. Виды контента в социальных сетях, чем увлечь аудиторию?

13. Творческий подход журналиста в социальных сетях: развлечение или информирование?
14. Эмодзи, смайлики, маски как своеобразный язык. Что применимо журналистом в социальных сетях?
15. Какие виды продвижения материалов в социальных сетях вы знаете?
16. Понятие дистрибуции контента в социальных сетях.
17. Как оценить качество журналистской работы в социальных сетях?
18. Поиск информоповодов и тематическое планирование материалов в социальных сетях.
19. В чём принципиально новый подход «гибкой» работы редакции?
20. Правила работы администратора социальной сети.
21. Язык социальных сетей. Как формулировать текст, общаться с пользователями и анализировать комментарии.
22. Понятие личного бренда в социальных сетях.
23. Блогер и журналист: в чём разница?
24. Высказывания в социальных сетях. Анализ материалов.
25. Этические нормы работы журналиста в социальных сетях.
26. Журналистское мастерство: особенности работы в социальных сетях.

Практические задания

27. Сделать сравнительный анализ страниц нескольких СМИ в социальных сетях.
28. Сформулировать рекомендации авторам и редакторам интернет-СМИ.
29. Составить план материалов для социальной сети на неделю (тематика свободная).
30. Отредактировать материалы в социальных сетях (выявить и устранить ошибки, неточности, исправить аудиовизуальное оформление).

5.3. Самостоятельная работа обучающегося

Самостоятельная работа студентов предполагает выполнение следующих заданий:

- Найти и проанализировать страницы региональных СМИ в социальных сетях. Выделить преимущества и недостатки.
- Определить процент личного просмотра, составить план ежедневного просмотра информации в наиболее популярных соцсетях.
- Посмотреть, как представлено одно конкретное СМИ в разных социальных сетях.
- Определить, каким целевым аудиториям адресован контент.
- Определить, какие целевые аудитории обделены вниманием.

- Составить краткий отчет-анализ о проделанной работе.
- Сформировать контент-план материалов.
- Подготовить аудиовизуальные материалы для оформления сообщений в социальных сетях
- Проанализировать и выделить наиболее актуальные способы продвижения материалов в социальных сетях на примере страницы конкретного СМИ.
- Сформулировать список способов продвижения с учётом достоинств и недостатков каждого.
- На примере социальных сетей продемонстрировать, как происходит дистрибуция контента.
- Продемонстрировать способы общения с пользователями по поводу публикаций журналистских материалов.
- Предоставить преподавателю отчет о проделанной работе.
- Смоделировать и описать работу редакции с распределением обязанностей.
- Составить правила «гибкой» работы редакции.
- Предоставить преподавателю отчет о проделанной работе.
- Составить правила работы для журналиста в социальных сетях.
- Проанализировать итоги работы социальной сети СМИ за семестр.
- Предоставить преподавателю результаты работы за семестр и продемонстрировать наработанный текстовый и аудиовизуальный-инструментарий.

Контроль за выполнением самостоятельной работы студентов осуществляется в ходе практических занятий и рейтинг-контроля. Учебно-методическое обеспечение указано в пунктах 6.1. и 6.2. данной рабочей программы.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

| Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство | Год издания | КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ |
|---|-------------|---|
| | | Наличие в электронном каталоге ЭБС |
| Основная литература | | |
| I. Социальные сети: новые технологии управления миром / Мария Филь - М.: Московский финансово-промышленный университет "Синергия", 2016. - 192 с. - ISBN 978-5-4257-0222-7. | 2016 | ЭБС «Консультант студента»: [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785425702227.html . |

| | | |
|---|------|---|
| 2.Акопов, Г. Л. Политика и Интернет : монография / Г.Л. Акопов. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 202 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/4155. - ISBN 978-5-16-009930-9. | 2021 | ЭБС «Знаниум»: [сайт]. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1680619 . |
| 3.Мильнер, Б. З. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями: монография / под ред. Б. З. Мильнера. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 624 с. — (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-003649-6. | 2021 | ЭБС «Знаниум»: [сайт]. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1216871 . |
| 4.Ушкин, С. Г. «Народ против»: протесты и протестующие в виртуальных социальных сетях : монография / С.Г. Ушкин. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 100 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/monography_5b5ffb29e84668.61830970. - ISBN 978-5-16-014079-7. | 2021 | ЭБС «Знаниум»: [сайт]. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1194878 |
| Дополнительная литература | | |
| 1.Вирен Г. Современные медиа: Приемы информационных войн [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов / Вирен Г. - М.: Аспект Пресс, 2013. | 2013 | http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707014.html |
| 2.Говердовская-Привезенцева С. А. Университетское телевидение. Информационные программы. 2015. | 2015 | http://e.lib.vlsu.ru:80/handle/123456789/4273да |
| 3.История отечественного телевидения: Взгляд исследователей и практиков [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Под ред. Шевелева Г.А. - М.: Аспект Пресс, 2012. | 2012 | http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706581.html |
| 4. Магронт М. Новости как профессия [Электронный ресурс]: Учебное пособие для студентов вузов / Мария Магронт. - М.: Аспект Пресс, 2015. | 2015 | http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707731.html |

6.2 Периодические издания:

Журналист. <http://journalist-virt.ru/>

Журналистика и медиарынок. <http://www.jourmedia.ru/>

Журналистика: информационное пространство

6.3 Интернет-ресурсы:

1. <http://www.studentlibrary.ru>
2. <http://bonjournal.ru/?cat=3>
3. <http://vybory.org/articles/379.html>
4. <http://www.medien.ru/zhurnalistika>
5. <http://flashka.ucoz.com/publ/1-1-0-1>
6. <http://www.democracy.ru/media/comment/article.php?id=129>
7. http://future.iile.ru/gur_links.html
8. <http://yapisatel.ru/feed/atom.html>
9. <http://al-dedov.narod.ru/proryv/posobie.htm>
10. <http://pamir.ucoz.ru/publ/3-1-0-22>

