

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«29» ___ 06 ___ 2021 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.03.01 Блогинг и работа в социальных сетях

Учебный план: ФГОС3++_2021-2022_42.03.01_ВШПМ_ЗАО_ПР_ в медиаиндустрии_1-3-25.plx

Кафедра: **38** Рекламы

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(специальность)

Профиль подготовки: PR в медиаиндустрии
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практ. занятия				
4	УП	4	32		1	
	РПД	4	32		1	
5	УП	4	60	4	2	Зачет
	РПД	4	60	4	2	
Итого	УП	8	92	4	3	
	РПД	8	92	4	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

кандидат философских наук, Доцент

Ларина Анна Валерьевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы

Смирнов Алексей
Викторович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Смирнов Алексей
Викторович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать у обучающегося компетенции в области знаний об этапах развития социальных сетей и блогосферы как коммуникативного пространства; сформировать практические навыки создания блог-контента и ведения блогов различной тематической и технологической направленности.

1.2 Задачи дисциплины:

- организовать изучение современной блогосферы как элемента медиаиндустрии;
- сформировать понимание функций блогинга и SMM в социальной и бизнес сферах;
- обозначить специфику создания блога и контента для социальных сетей разных типов (текст, статичные изображения, аудио- и аудиовизуальный контент).

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Разработка PR-продукта

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2: Способен осуществлять ведение новостных лент и представительств в социальных сетях в ходе осуществления PR в медиаиндустрии
Знать: задачи, методы и принципы коммуникационной деятельности организации и (или) публичной персоны в блогосфере и социальных сетях
Уметь: разрабатывать программы присутствия организации и (или) публичной персоны в блогосфере и социальных сетях с учетом текущей коммуникационной ситуации
Владеть: навыками создания контента персонального или корпоративного блога, а также поиска и мониторинга сайтов для получения необходимой информации

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Основы блогинга, аудио- и видеоблогинг	4				
Тема 1. Теоретические основы блогинга. Феномен блогерства в современном коммуникативном пространстве. Типология блогов. Научные исследования о блогинге. Определение журналистского блога и корпоративного блога, структурные и технические характеристики. Типы блогов и критерии их		1		12	ИЛ
Тема 2. Жанровая специфика блогов. Диалогичность блогосферы. Жанровая специфика интернет-дневников. Появление новых жанров и полижанровость блогов. Усиление авторского начала.		2		10	
Тема 3. Основы аудио и видеоблогинга. Видеоблог как новый инструмент информационной и коммерческой деятельности. Рынок современного видеоблогинга. Виды видеоблогов. Тематическая классификация видеоблогов. Жанровые особенности видеоблогов. Проектная деятельность видеоблогеров. Подкасты в России: популярные платформы, тематики и аудиоблоги.		1		10	

Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4		32	
Консультации и промежуточная аттестация - нет		0			
Раздел 2. Технология создания и ведения блога					
Тема 4. Технология создания и ведения блога. Современные блог-платформы. Технические аспекты создания блога. Принципы ведения блога и монетизации его контента. Принципы верстки блога. Оформление публикаций блога. Сервисы создания необычного контента. Практическое занятие: Промоутирование контента блога.	5	1	2	30	ИЛ

Тема 5. Социальные сети как инструмент PR. Принципы оформления страниц в социальных сетях. Принципы оформления постов. Создание анонсов. Разработка SMM-стратегии. Автоматизация постинга. Отложенный постинг. Практическое занятие: Event в социальных сетях.		1	1	10	
Раздел 3. Эффективность блогинга в маркетинге и PR					
Тема 6. Анализ эффективности блогинга как инструмента маркетинга Преимущества блогинга Недостатки блогинга		1		10	ИЛ
Тема 7. Блогинг и фейки Фейковые блоги Эффективность блогинга в борьбе с фейками Практическое занятие: Создание антифейкового блога		1	1	10	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		4	4	60	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		12,25		92	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-2	<ul style="list-style-type: none"> - характеризует блогинг как маркетинговый инструмент, излагает цели, задачи, определяет типы блогов; - анализирует современные блог-платформы, контентные стратегии блогов компании или популярной личности, определяет фейковые блоги; - создает блог (контент-стратегию, разного формата контент) для реализации коммуникационных целей компании или известной личности. 	<p>Вопросы устного собеседования</p> <p>Практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)</p>

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	<p>Обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеет свободно выполнять задания, предусмотренные программой, показывает владение основной и дополнительной литературой, рекомендованной кафедрой.</p> <p>Обучающийся демонстрирует полное</p>	

	<p>знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе задания, владеет пониманием основной литературы, рекомендованной кафедрой, демонстрирует систематический характер знаний по дисциплине и способность к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.</p> <p>Обучающийся показывает знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляющихся с выполнением заданий, предусмотренных программой, но допустившим погрешности в ответе и при выполнении контрольных заданий, не носящие принципиального характера, когда установлено, что обучающийся обладает необходимыми знаниями для последующего устранения указанных погрешностей под руководством преподавателя.</p>	
--	--	--

Не зачтено	Обучающийся демонстрирует пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Ответ носит несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер, когда обучающийся не понимает существа излагаемых им вопросов, что свидетельствует о том, что студент не может дальше продолжать обучение или приступить к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.
------------	--

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Курс 4	
1	Подкасты в России: популярные платформы, тематики и аудиоблоги.
2	Современные блог-платформы.
3	Журналистика мнения в блогосфере.
4	Усиление авторского начала в публикациях блога.
5	Появление новых жанров и полижанровость блогов.
6	Жанровая специфика интернет-дневников.
7	Диалогичность блогосферы.
8	Аудитория (подписчики) блогов.
9	Типы блогов и критерии их типологизации.
10	Определение журналистского блога и корпоративного блога, структурные и технические характеристики.
11	Научные исследования о блогинге.
12	Феномен блогерства в современном коммуникативном пространстве.
Курс 5	
13	Проектная деятельность видеоблогеров.
14	Создание видеоблога.
15	Жанровые особенности видеоблогов.
16	Тематическая классификация видеоблогов.
17	Виды видеоблогов.
18	Рынок современного видеоблогинга.
19	Видеоблог как новый инструмент информационной и коммерческой деятельности.
20	Event в социальных сетях.
21	Автоматизация постинга. Отложенный постинг.
22	Разработка SMM-стратегии.
23	Создание анонсов для публикаций в блоге.
24	Принципы оформления постов.
25	Принципы оформления страниц в социальных сетях.
26	Промоутирование контента блога.
27	Сервисы создания необычного контента.
28	Принципы верстки блога. Оформление публикаций блога.
29	Принципы ведения блога и монетизации его контента
30	Технические аспекты создания блога.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Типовые тестовые задания не предусмотрены

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задания находятся в Приложении к данной РГД

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет в устной форме.

Время на подготовку к ответу - 30 минут.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Сафонова, Л. А., Смоловик, Г. Н., Королева, В. П.	Интернет-маркетинг	Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики	2019	http://www.iprbookshop.ru/90586.html
Жилавская, И. В., Онучина, К. К.	Виды медиа: типология и история	Москва: Московский педагогический государственный университет	2020	http://www.iprbookshop.ru/105892.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Нестеренко, Н. А., Шантарин, А. В.	Контент-менеджмент. Универсальный инструмент для заработка в интернете	Москва: СОЛОН-Пресс	2019	https://www.iprbooksshop.ru/90333.html
Тим, Стейплс, Джош, Янг, Колесников, Н.	Прорваться сквозь шум: как привлечь всеобщее внимание в сети	Москва: Альпина Пабlishер	2020	http://www.iprbookshop.ru/96870.html
Сенаторов, А. А.	Битва за подписчика «ВКонтакте»: SMM- руководство	Москва: Альпина Пабlishер	2019	http://www.iprbookshop.ru/83086.html
Крюкова, Савельев, Д. Е.,	100+ хаков для интернет- маркетологов: Как получить трафик и конвертировать его в продажи	Москва: Альпина Пабlishер	2018	http://www.iprbookshop.ru/82575.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс].

URL: <https://www.restko.ru/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс].

URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине


Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска



Приложение

рабочей программы дисциплины Блоггинг в социальных сетях

по направлению подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
 наименование ОП (профиля): PR в медиаиндустрии

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

№ п/п	Условия типовых практико-ориентированных заданий (задач, кейсов)	
Семестр 1		
1	<p>Задание. Сделать группу ВКонтакте для</p> <ul style="list-style-type: none"> - Зоогостиницы - Ювелирного магазина - Химчистки (сетевая) - Автомастерской - Мясокомбината - Курсов вязания - Музея кухонной утвари - Хобби-центра - др. <p>Ответ принимается в виде ссылки на группу ВК</p>	
	Название сообщества	Эта строка идентифицируется в поиске, поэтому важно учесть именно те запросы, которые вбивают люди.
	Статус сообщества	<p>Описание проекта</p> <p>Краткое описание деятельности, услуг</p> <p>Дополнительная информация по условиям заказа</p> <p>Дополнительная информация</p> <p>УТП</p> <p>Слоган</p> <p>Актуальные скидки или акции</p> <p>Оффер, который затронул бы боли ЦА</p>
	Информация о сообществе	Здесь можно указать, чем занимается компания, разместить информацию об услугах, о товарах/услугах, информацию о доставке и тд.
	Аватар	это отражение его фирменного стиля и имиджа. Он должен отражать философию аккаунта, его цвета и настроение.
	Обложка сообщества	<p>Обложка отображается в верхней части группы, тот самый элемент, который пользователь увидит в первые секунды, когда перейдёт в группу. Что можно разместить на обложке:</p> <p>Логотип</p> <p>УТП</p> <p>Призыв к действию</p> <p>Текущие акции</p> <p>Адреса</p> <p>Слоган</p> <p>Важно чтобы пользователь, попадая в группу, сразу считывал сообщение и понимал, о чем идёт речь.</p> <p>Идеальный размер для обложки 1590 на 400 пикселей.</p>
	Раздел меню	<p>Здесь можно включать или отключать различные блоки с той или иной информацией. С помощью меню можно выделить важную и нужную информацию.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">  </div> <p>Вопросы и от... BNGL в городах Отзывы о BNGL</p>
	Виджеты	Во ВКонтакте можно установить один любой виджет на выбор, например «приветствие». Этот виджет будет встречать посетителей, обращаться к человеку по имени, делать предложения или звать на консультации

		<p>Алина Щеглова, приветствуем Вас!</p>  <p>Мы рады видеть Вас в официальном сообщес... Подписывайтесь на нашу новостную рассылку, мы будем держать вас в курсе событий и акций!</p> <p>Подписаться</p>						
	Закреплённый пост	<p>Во ВКонтакте можно закрепить один любой пост из ленты. Что можно закрепить: Актуальные скидки и акции Розыгрыши и конкурсы УТП Навигация по сообществу В любой момент можно поменять закреплённый пост на любой другой из ленты</p>						
	Пост	<p>Написать 3 поста</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Пост – новости компании 2. Пост – полезный 3. Пост – партнерский 						
	Товары и услуги	<p>Оформлять раздел с товарами можно и нужно, как для товаров, так и для услуг. Чем отличается от фотоальбомов:</p> <p>Нужно добавить несколько фото к одному товару написать подробное описание товара или услуги 3 товара (минимум)</p> <p>ТОВАРЫ 49 ></p>  <p>Подарочный серти... 500 Р гео-браслет BNGL 1 990 Р Узкий индивидуа 1 990 Р</p>						
	<p>Задание. Назработать контент-план на 2 недели (14 постов) для сообщества Фитокосметики написать 2 поста. https://vk.com/fitocosmetica Чек-лист</p> <table border="1" data-bbox="279 1500 1508 2139"> <tr> <td data-bbox="279 1500 343 1702">Определить цель</td> <td data-bbox="343 1500 742 1702"> <ul style="list-style-type: none"> - увеличение лояльности, - удержание клиентов, - формирование статуса эксперта, - знакомство с брендом, - создание определенного образа, - повышение узнаваемости, - получение обратной связи от клиентов и др. </td> </tr> <tr> <td data-bbox="279 1702 343 1881">Составьте портрет клиентов</td> <td data-bbox="343 1702 742 1881"> <ul style="list-style-type: none"> - группа 1. - группа 2. - группа 3 <p>Социально-демографические характеристики, психографические, поведенческие хараркетистики, мотивы покупки, барьеры</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="279 1881 343 2139">Предложите 14 тем и укажите тип контента и формат (текст+графический материал, видео, аудио)</td> <td data-bbox="343 1881 742 2139"> <p>Новости и тренды Особенности продукта</p> <ul style="list-style-type: none"> • Продукты компании. • Знакомство с брендом и сотрудниками. • Акции, специальные предложения. • Советы, лайфхаки. • Отзывы клиентов. • Часто задаваемые вопросы. </td> </tr> </table>		Определить цель	<ul style="list-style-type: none"> - увеличение лояльности, - удержание клиентов, - формирование статуса эксперта, - знакомство с брендом, - создание определенного образа, - повышение узнаваемости, - получение обратной связи от клиентов и др. 	Составьте портрет клиентов	<ul style="list-style-type: none"> - группа 1. - группа 2. - группа 3 <p>Социально-демографические характеристики, психографические, поведенческие хараркетистики, мотивы покупки, барьеры</p>	Предложите 14 тем и укажите тип контента и формат (текст+графический материал, видео, аудио)	<p>Новости и тренды Особенности продукта</p> <ul style="list-style-type: none"> • Продукты компании. • Знакомство с брендом и сотрудниками. • Акции, специальные предложения. • Советы, лайфхаки. • Отзывы клиентов. • Часто задаваемые вопросы.
Определить цель	<ul style="list-style-type: none"> - увеличение лояльности, - удержание клиентов, - формирование статуса эксперта, - знакомство с брендом, - создание определенного образа, - повышение узнаваемости, - получение обратной связи от клиентов и др. 							
Составьте портрет клиентов	<ul style="list-style-type: none"> - группа 1. - группа 2. - группа 3 <p>Социально-демографические характеристики, психографические, поведенческие хараркетистики, мотивы покупки, барьеры</p>							
Предложите 14 тем и укажите тип контента и формат (текст+графический материал, видео, аудио)	<p>Новости и тренды Особенности продукта</p> <ul style="list-style-type: none"> • Продукты компании. • Знакомство с брендом и сотрудниками. • Акции, специальные предложения. • Советы, лайфхаки. • Отзывы клиентов. • Часто задаваемые вопросы. 							

			Мнения Цитаты Подборки Статистика Разрушение мифов Конкурс Исследование
		Напишите 2 поста любого вида от 500 до 1000 знаков + графический материал (в conva)	Проверьте оригинальность на одном из сервисов (+скриншот уникальности текста) Advego, eTXT Антиплагиат, Антиплагиат, Text.ru.