

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«21» \_\_\_ 02 \_\_\_ 2023 года

## Рабочая программа дисциплины

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

Учебный план: 2023-2024 42.03.01 ВШПМ PR в медиаинд ОО №1-1-25.plx

Кафедра: **38** Рекламы

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

Профиль подготовки: PR в медиаиндустрии  
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
7	УП	17	17	73,75	0,25	3	Зачет
	РПД	17	17	73,75	0,25	3	
Итого	УП	17	17	73,75	0,25	3	
	РПД	17	17	73,75	0,25	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 Минобрнауки России 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

<b>ПК-2: Способен осуществлять ведение новостных лент и представительств в социальных сетях в ходе осуществления PR в медиаиндустрии</b>
<b>Знать:</b> задачи, методы и принципы коммуникационной деятельности организации и (или) публичной персоны в блогосфере и социальных сетях
<b>Уметь:</b> разрабатывать программы присутствия организации и (или) публичной персоны в блогосфере и социальных сетях с учетом текущей коммуникационной ситуации
<b>Владеть:</b> 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	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Основы блогинга, аудио- и видеоблогинг	7					Д
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 типологизации. Практическое занятие: Аудитория (подписчики) блогов.		2	2	12	ИЛ	
Тема 2. Жанровая специфика блогов.  Диалогичность блогосферы. Жанровая специфика интернет-дневников. Появление новых жанров и полижанровость блогов. Усиление авторского начала. Практическое занятие: Журналистика мнения в блогосфере.		4	4	12		

<p>Тема 3. Основы аудио и видеоблогинга.</p> <p>Видеоблог как новый инструмент информационной и коммерческой деятельности.</p> <p>Рынок современного видеоблогинга.</p> <p>Виды видеоблогов.</p> <p>Тематическая классификация видеоблогов.</p> <p>Жанровые особенности видеоблогов.</p> <p>Проектная деятельность видеоблогеров.</p> <p>Подкасты в России: популярные платформы, тематики и аудиоблоги.</p> <p>Практическое занятие: Создание видеоблога.</p>		3	3	25,75		
Раздел 2. Технология создания и ведения блога						
<p>Тема 4. Технология создания и ведения блога.</p> <p>Современные блог-платформы.</p> <p>Технические аспекты создания блога.</p> <p>Принципы ведения блога и монетизации его контента.</p> <p>Принципы верстки блога.</p> <p>Оформление публикаций блога.</p> <p>Сервисы создания необычного контента.</p> <p>Практическое занятие: Промоутирование контента блога.</p>		4	4	12	ИЛ	Д

<p>Тема 5. Социальные сети как инструмент PR.</p> <p>Принципы оформления страниц в социальных сетях.</p> <p>Принципы оформления постов.</p> <p>Создание анонсов.</p> <p>Разработка SMM-стратегии.</p> <p>Автоматизация постинга. Отложенный постинг.</p> <p>Практическое занятие: Event в социальных сетях.</p>		2	2	6		
Раздел 3. Эффективность блогинга в маркетинге и PR						
<p>Тема 6. Анализ эффективности блогинга как инструмента маркетинга</p> <p>Преимущества блогинга</p> <p>Недостатки блогинга</p>		1		3	ИЛ	П
<p>Тема 7. Блогинг и фейки</p> <p>Фейковые блоги</p> <p>Эффективность блогинга в борьбе с фейками</p> <p>Практическое занятие: Создание антифейкового блога</p>		1	2	3		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	17	73,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25				
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>		34,25		73,75		

#### 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"> <li>- характеризует блогинг как маркетинговый инструмент, излагает цели, задачи, определяет типы блогов;</li> <li>- анализирует современные блог-платформы, контентные стратегии блогов компании или популярной личности, определяет фейковые блоги;</li> <li>- создает блог (контент-стратегию, разного формата контент) для реализации коммуникационных целей компании или известной личности.</li> </ul>	<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 приступать 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
Семестр 7	
1	Подкасты в России: популярные платформы, тематики и аудиоблоги.
2	Проектная деятельность видеоблогеров.
3	Создание видеоблога.
4	Жанровые особенности видеоблогов.
5	Тематическая классификация видеоблогов.
6	Виды видеоблогов.
7	Рынок современного видеоблогинга.
8	Видеоблог как новый инструмент информационной и коммерческой деятельности.
9	Event в социальных сетях.
10	Автоматизация постинга. Отложенный постинг.
11	Разработка SMM-стратегии.
12	Создание анонсов для публикаций в блоге.
13	Принципы оформления постов.
14	Принципы оформления страниц в социальных сетях.
15	Промоутирование контента блога.
16	Сервисы создания необычного контента.
17	Принципы верстки блога. Оформление публикаций блога.
18	Принципы ведения блога и монетизации его контента.
19	Технические аспекты создания блога.
20	Современные блог-платформы.
21	Журналистика мнения в блогосфере.
22	Усиление авторского начала в публикациях блога.
23	Появление новых жанров и полижанровость блогов.
24	Жанровая специфика интернет-дневников.
25	Диалогичность блогосферы.
26	Аудитория (подписчики) блогов.
27	Типы блогов и критерии их типологизации.
28	Определение журналистского блога и корпоративного блога, структурные и технические характеристики.
29	Научные исследования о блогинге.
30	Феномен блогерства в современном коммуникативном пространстве.

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Типовые тестовые задания не предусмотрены

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Типовые практико-ориентированные задания находятся в Приложении к данной РПД

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

### 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  
наименование ОП (профиля): PR в медиаиндустрии

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

№ п/п	Условия типовых практико-ориентированных заданий (задач, кейсов)	
1	<p>Задание. Сделать группу ВКонтакте для</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Зоогостиницы</li> <li>- Ювелирного магазина</li> <li>- Химчистки (сетевая)</li> <li>- Автомастерской</li> <li>- Мясокомбината</li> <li>- Курсов вязания</li> <li>- Музея кухонной утвари</li> <li>- Хобби-центра</li> <li>- др.</li> </ul> <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 перейдет 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 идет 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 style="text-align: center;">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><a href="#">Подписаться</a></p>									
	Закреплённый пост	<p>Во ВКонтакте можно закрепить один любой пост из ленты. Что можно закрепить:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Актуальные скидки и акции</li> <li>Розыгрыши и конкурсы</li> <li>УТП</li> <li>Навигация по сообществу</li> </ul> <p>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"> <li>1. Пост – новости компании</li> <li>2. Пост – полезный</li> <li>3. Пост – партнерский</li> </ol>									
	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 <span style="float: right;">&gt;</span></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. <a href="https://vk.com/fitocosmetica">https://vk.com/fitocosmetica</a></p> <p>Чек-лист</p> <table border="1" data-bbox="279 1505 1517 2134"> <tr> <td data-bbox="279 1505 338 1711"></td> <td data-bbox="338 1505 735 1711">Определить цель</td> <td data-bbox="735 1505 1517 1711"> <ul style="list-style-type: none"> <li>- увеличение лояльности,</li> <li>- удержание клиентов,</li> <li>- формирование статуса эксперта,</li> <li>- знакомство с брендом,</li> <li>- создание определенного образа,</li> <li>- повышение узнаваемости,</li> <li>- получение обратной связи от клиентов и др.</li> </ul> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="279 1711 338 1888"></td> <td data-bbox="338 1711 735 1888">Составьте портрет клиентов</td> <td data-bbox="735 1711 1517 1888"> <ul style="list-style-type: none"> <li>- группа 1.</li> <li>- группа 2.</li> <li>- группа 3</li> </ul> <p>Социально-демографические характеристики, психологические, поведенческие характеристики, мотивы покупки, барьеры</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="279 1888 338 2134"></td> <td data-bbox="338 1888 735 2134">Предложите 14 тем и укажите тип контента и формат (текст+графический материал, видео, аудио)</td> <td data-bbox="735 1888 1517 2134"> <p>Новости и тренды Особенности продукта</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Продукты компании.</li> <li>• Знакомство с брендом и сотрудниками.</li> <li>• Акции, специальные предложения.</li> <li>• Советы, лайфхаки.</li> <li>• Отзывы клиентов.</li> <li>• Часто задаваемые вопросы.</li> </ul> </td> </tr> </table>			Определить цель	<ul style="list-style-type: none"> <li>- увеличение лояльности,</li> <li>- удержание клиентов,</li> <li>- формирование статуса эксперта,</li> <li>- знакомство с брендом,</li> <li>- создание определенного образа,</li> <li>- повышение узнаваемости,</li> <li>- получение обратной связи от клиентов и др.</li> </ul>		Составьте портрет клиентов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- группа 1.</li> <li>- группа 2.</li> <li>- группа 3</li> </ul> <p>Социально-демографические характеристики, психологические, поведенческие характеристики, 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"> <li>• Продукты компании.</li> <li>• Знакомство с брендом и сотрудниками.</li> <li>• Акции, специальные предложения.</li> <li>• Советы, лайфхаки.</li> <li>• Отзывы клиентов.</li> <li>• Часто задаваемые вопросы.</li> </ul>
	Определить цель	<ul style="list-style-type: none"> <li>- увеличение лояльности,</li> <li>- удержание клиентов,</li> <li>- формирование статуса эксперта,</li> <li>- знакомство с брендом,</li> <li>- создание определенного образа,</li> <li>- повышение узнаваемости,</li> <li>- получение обратной связи от клиентов и др.</li> </ul>									
	Составьте портрет клиентов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- группа 1.</li> <li>- группа 2.</li> <li>- группа 3</li> </ul> <p>Социально-демографические характеристики, психологические, поведенческие характеристики, 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"> <li>• Продукты компании.</li> <li>• Знакомство с брендом и сотрудниками.</li> <li>• Акции, специальные предложения.</li> <li>• Советы, лайфхаки.</li> <li>• Отзывы клиентов.</li> <li>• Часто задаваемые вопросы.</li> </ul>									

			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.