

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.03

Социальные медиа

Учебный план: 2025-2026 42.04.02 ВШПМ Журналистика ЗАО № 2-3-130.plx

Кафедра: **17** Журналистики и медиатехнологий СМИ

Направление подготовки:
(специальность) 42.04.02 Журналистика

Профиль подготовки: Журналистика
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная	Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Практ. занятия				
1	УП	8	60	4	2	Зачет
	РПД	8	60	4	2	
2	УП	8	60	4	2	Зачет
	РПД	8	60	4	2	
Итого	УП	16	120	8	4	
	РПД	16	120	8	4	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 529

Составитель (и):

кандидат политических наук, Доцент

Иванян Рузанна Гургеновна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой журналистики и
медиа технологий сми

Шелонаев Сергей Игоревич

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Шелонаев Сергей Игоревич

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области социальных медиа, развитие умений и навыков эффективного использования социальных медиа в профессиональной деятельности журналиста.

1.2 Задачи дисциплины:

Сформировать базовые знания о специфике социальных медиа как нового типа средств массовой информации и коммуникации;

сформировать основы практических умений организации работы с социальными медиа;

дать навыки самообразования и профессионального совершенствования в ходе изучения новых социальных сервисов и работы с ними в качестве журналиста

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Дисциплина базируется на компетенциях сформированных на предыдущем уровне образования

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-1: Способен осуществлять разработку макета ресурса в сфере журналистики
Знать: типологию социальных медиа, особенности ресурсов социальных медиа
Уметь: анализировать информацию, необходимую для разработки проекта для социальных медиа
Владеть: навыками оформления проекта для социальных медиа

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа	СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Пр. (часы)		
Раздел 1. История, развитие и принципы функционирования сети Интернет.	1			
Тема 1. Интернет как СМК		2	4	РИ
Тема 2. Возникновение Веб 2.0 и идеология социального Интернета			4	ИЛ
Тема 3. Философские, социологические и другие идеи и теории в изучении социальных медиа		2	6	ИЛ
Раздел 2. СМИ и соцмедиа: термины, понятия, явления.				
Тема 4. Отличие социальных медиа от традиционных медиа (социальная среда, диалоговая форма, множественность авторов-генераторов контента).		2	2	ГД
Тема 5. Содержание социальных медиа.			4	ИЛ
Тема 6. Формы социальных медиа (social networking (знакомство, личное общение), collaboration work (коллаборативное творчество, совместная работа с информацией, её создание и преобразование), social knowledge bases (публикация контейнеров контента, не связанных хронологически), social information broadcasting, unique content creation (создание уникального контента), re-sharing (распространение чужого контента).			4	ГД
Тема 7. Пользовательский контент как особенность Web 2.0. Принцип соучастия и коллективный разум.			4	ГД
Тема 8. Принципы конструирования социальной реальности			4	
Раздел 3. Типология социальных медиа.				

Тема 9. Виртуальная карта «Призма диалога» цифрового аналитика Брайана Солиса			4	ИЛ
Тема 10. Коллективные и персональные блоги и микроблоги.			2	ИЛ
Тема 11. Подкасты: аудио и видео.			2	АС
Тема 12. Социально-тематические сети, Интернет-форумы. Новостные социальные сайты.			2	ГД
Тема 13. Многопользовательские популярные социальные сети. Популярные фото- и видеохостинги. Многопользовательские сетевые игры и игры в альтернативной реальности. Wiki-сервисы. Фолксономия. Тэги.			2	ИЛ
Тема 14. Мессенджеры как платформы дистрибуции контента			2	ГД
Раздел 4. Социальные медиа как политическая, социальная, экономическая и культурная сила				
Тема 15. Возможности социальных медиа для журналистики		2	4	ИЛ
Тема 16. Агломерация больших данных как почва для дата-журналистики			2	ГД
Тема 17. Особенности онлайн активизма («слактивизм», «диванный активизм», «кликтивизм» или реальная сила). Факторы эффективности толпы.			4	АС
Тема 18. Психологические эффекты в социальных медиа и их влияние на общество (пост-правда, фрейминг, ярлыки и др.)			4	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		8	60	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25		
Раздел 5. Отрицательные стороны социальных медиа.				
Тема 19. Обострение тревожных расстройств, эпизодов депрессии			2	ГД
Тема 20. Кибер-издевательства, буллинг, язык вражды. Запугивание, преследование, домогательства, шантаж и манипуляции		2		ГД
Тема 21. Право на личную жизнь и другие юридические и этические коллизии в социальных медиа			2	РИ
Тема 22. Фейк ньюс, манипуляции с алгоритмами	2		2	ИЛ
Тема 23. Зависимость от социальных медиа, формирование завышенных ожиданий, понижение самооценки, рост неудовлетворенности жизнью.			2	РИ
Тема 24. Место и роль журналиста в минимизации негативного в социальных медиа			2	ГД
Раздел 6. Аудитория социальных медиа.				
Тема 25. Принцип соучастия и коллективный разум. Краудсорсинг как принцип сотрудничества в сети. Просьюмеризм		2		АС

Тема 26. Мотивы участия пользователей в предоставлении контента . Понятие "Портрет пользователя".Понятие интеллектуальной собственности в контексте социальных сетей.		2	Т
Тема 27. Принципы формирования сетевого сообщества. Комьюнити менеджмент онлайн.		2	РИ
Тема 28. Медиапотребление в условиях информационного шума		2	ГД
Раздел 7. Блогеры в системе средств массовой коммуникации.			
Тема 29. Краткая история становления блогинга	2		ГД
Тема 30. Ведение блога: простые рецепты копирайтинга и раскрутки.		2	РИ
Тема 31. Работа с аудиторией: UGC и Community Management.		2	ГД
Раздел 8. Социальные сети.			
Тема 32. История социальных сетей. Основные функции социальных сетей. Функции распространения информации (пост, репост). Основные каналы коммуникации в социальных сетях (личные сообщения, комментарии). Формы групповых объединений в социальных сетях.		2	ГД
Тема 33. Виртуальная идентичность и самопрезентация в сети		2	ГД
Тема 34. Френдинг в Сети: функция поддержки слабых социальных связей		2	ГД
Тема 35. Возможности для журналиста в социальных сетях.		4	Т
Тема 36. Личный бренд журналиста в социальных сетях		2	ГД
Тема 37. Создание контента для социальных сетей		4	РИ
Раздел 9. сторителлинг в социальных медиа.			
Тема 38. Ключевые понятия сторителлинга	2	4	ИЛ
Тема 39. Особенности драматургии		4	ГД
Тема 40. Требования к медиапродукту		4	ГД
Раздел 10. Модели монетизации в традиционных СМИ и социальных медиа.			
Тема 41. Бизнес-сети, хедхантинг и поиск работы в социальных сетях.		2	ГД
Тема 42. Рекламная модель, ее достоинства и недостатки для авторов и издателей, читателей.		2	ГД
Тема 43. Платная подписка. Пожертвования в поддержку автора от читателей. Продажа дополнительного контента плюс партнёрская программа для читателей.		4	ИЛ
Тема 44. Контекстная реклама. Спецпроекты. Баннеры. Партнёрские программы. Нативная реклама.		2	ГД
Тема 45. Доступ к архивам. Организация мероприятий. Частные объявления.		2	ГД
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	8	60	

Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		16,5	120	

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-1	Повествует о социальных медиа и средствах массовой информации. Объясняет чем они отличаются от других интернет-сервисов и особенности работы с ними.	Вопросы для устного собеседования Практико-ориентированные задания
	Комплексно оценивает и критически осмысляет вводную информацию для последующей разработки медиапроекта в онлайн пространстве.	
	Подготавливает основу медиапроекта и представляет его	

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Магистрант дает полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области, демонстрирует критический, оригинальный подход к материалу.	
Не зачтено	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки.	

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 1	
1	Социальные медиа. Чем они отличаются от других интернет-сервисов. Социальные медиа и средства массовой информации: как они пересекаются и расходятся
2	Э. Тоффлер об информационном обществе. Идеи «информационного просьюмеризма». «Третья волна».
3	М. Маклюэн и его представление о медиа.
4	История развития социальных медиа
5	Влияние социальные медиа на индустрию СМИ и журналистику
6	Место социальных медиа в работе журналиста. Электронные версии СМИ.
7	Теории Якобсона в понимании социальных медиа
8	Теории Катца-Лазарсфельда в понимании социальных медиа
9	Типология социальных медиа
10	Формы социальных медиа
11	Особенности социальных медиа. Их учет журналистом.
12	Аудитория социальных медиа

13	Отрицательные стороны функционирования социальных медиа
14	Социальные сети как вид социальных медиа.
15	Понятие сетевого сообщества в социальных медиа. Принципы построения сообщества в социальной сети.
16	Принципы функционирования социальных медиа. Функции социальных медиа
17	Теории Лассуэлла в понимании социальных медиа
18	Теории Осгуда в понимании социальных медиа
19	Концепция "викиномики" (wikinomics) Т. Тарпскота и Г. Уильямса
20	Теория Бодрийяра в понимании медиа
21	Теория Лумана в понимании социальных медиа
22	Концепция "экономики дарения" (gift economy) Дж.Ритцера
23	Информационное общество М. Кастельса.
Курс 2	
24	Блоггинг как вид социальных медиа. Блоги: виды, функции, возможности профессионального применения. Блоггерство и журналистика
25	Возможности социальных медиа.
26	Сторителлинг в социальных медиа
27	Форматы монетизации в социальных медиа
28	Пользователь в парадигме Веб 2.0
29	Место социальных медиа в работе журналиста. Электронные версии СМИ.
30	Локальные и гиперлокальные медиа в социальных сетях.
31	Нетикет в социальных медиа
32	Стратегии присутствия СМИ в социальных сетях и мессенджерах
33	Факторы эффективности толпы.
34	Особенности социальных медиа. Их учет журналистом.
35	Манипуляция в современном медиaprостранстве.
36	Формы контента в онлайн журналистике
37	Формы контента в онлайн радио
38	Формы видеоконтента онлайн
39	Место социальных сетей в развитии региональной журналистики в России
40	Блогосфера как область социальных медиа
41	Понятие социальных сетей. Основные функции социальных сетей.
42	Понятие аудитории. Понятие «Портрет пользователя».
43	Понятие интеллектуальной собственности в контексте социальных медиа
44	Основные правовые документы, регулирующие деятельность в социальных медиа.
45	Фактчекинг в социальных медиа
46	Безопасность в социальных медиа
47	Формы визуального контента онлайн

5.2.2 Типовые тестовые задания

не предусмотрено

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Учитываются медиапроекты выполненные в течение семестра на практических занятиях.

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»

Учащийся допускается к промежуточной аттестации без предварительных условий

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

 +

Письменная

Компьютерное тестирование

Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине заключаются в применении междисциплинарного подхода и ориентации на практическое применение полученных знаний

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Берлин, А. Н.	Основные протоколы интернет	Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа	2020	https://www.iprbooks.hop.ru/89452.html
Жилавская, И. В., Онучина, К. К.	Виды медиа: типология и история	Москва: Московский педагогический государственный университет	2020	http://www.iprbookshop.ru/105892.html
Жилавская, И. В., Онучина, К. К.	Виды медиа: типология и история	Москва: Московский педагогический государственный университет	2020	https://www.iprbooks.hop.ru/105892.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Семенов, А. А.	Сетевые технологии и Интернет	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ	2017	http://www.iprbookshop.ru/66840.html
Дьяконов, В. П.	Internet. Настольная книга пользователя	Москва: СОЛОН-Пресс	2016	https://www.iprbooks.hop.ru/90364.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно- библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbooks.ru/>.
Электронно-библиотечные системы (ЭБС) Лань
Юрайт Znanium.com.
ЦНСХБ
eLIBRARY

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