Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 25.05.2026 14:10:30
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
**(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)**

Факультет Экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ
Декан
_____ /А.В. Назаренко/
«26» февраля 2026

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

## «Социальные медиа в мобильной цифровой среде»

Направление подготовки

**42.03.01«Реклама и связи с общественностью»**

Профиль

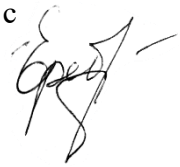
**«Реклама и связи с общественностью в цифровых медиа»**

Квалификация
**Бакалавр**

Формы обучения
**Очная, очно-заочная, заочная**

Москва 2026 г.

**Разработчик**:

Старший преподаватель кафедры «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»,  Е.В. Федоровская

Согласовано:

Заведующий кафедрой «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии», кандидат экономических наук, доцент  Ю.О.Алтунина

# Содержание


1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине ... 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы ... 5
3. Структура и содержание дисциплины ... 5
   - 3.1 Виды учебной работы и трудоемкость ... 5
   - 3.2 Тематический план изучения дисциплины ... 6
   - 3.3 Содержание дисциплины ... 8
   - 3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий ... 9
   - 3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ) ... 10
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение ... 10
   - 4.1 Нормативные документы и ГОСТы ... 10
   - 4.2 Основная литература ... 11
   - 4.3 Электронные образовательные ресурсы ... 11

   https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=12803 ... 11
   - 4.4 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение ... 11
   - 4.5 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы ... 11
5. Материально-техническое обеспечение ... 12
6. Методические рекомендации ... 12
   - 6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения ... 12
   - 6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины ... 12
7. Фонд оценочных средств ... 13
   - 7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины. Формы контроля формирования компетенций ... 13
   - 7.2 Показатели и критерии оценивания компетенций при изучении дисциплины, описание шкал оценивания ... 14
   - 7.3 Методические материалы (типовые контрольные задания), определяющие результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения ... 15

## 1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель изучения дисциплины ««««**Социальные медиа в мобильной цифровой среде»**

» – освоение обучающимися бакалавриата теоретических знаний, практических навыков и формирование профессиональных компетенций применительно к научно – исследовательской деятельности в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины «**Социальные медиа в мобильной цифровой среде**»

**Целью** освоения дисциплины «Социальные медиа в мобильной цифровой среде» является формирование знаний принципов действия социальных сетей, ифункционирования социальных медиа, развитие умений и навыков эффективного использования возможностей социальных медиа в мобильной цифровой среде профессиональной деятельности.

К числу основных **задач** изучения дисциплины относятся:

формирование базовых знаний о специфике социальных медиа как нового типа средств массовой информации и коммуникации;

формирование основ практических умений организации работы с социальными медиа в мобильной цифровой среде;

формирование навыков самообразования и профессионального совершенствования в ходе изучения новых социальных сервисов и работы с ними;

реализация коммуникативных, технических и эвристических способностей у обучающихся в ходе работы с социальными медиа в мобильной цифровой среде.

В рамках освоения основной профессиональной образовательной программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине ««««**Социальные медиа в мобильной цифровой среде»**

| **Код и наименование компетенций** | Индикаторы достижения компетенций |
|---|---|
| УК-1<br>Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие<br>ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи<br>ИУК-1.3. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их достоинства и недостатки |
| УК-3<br>Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | ИУК-4.1. Учитывает особенности деловой коммуникации на государственном и иностранном языках в зависимости от особенностей вербальных и невербальных средств общения<br>ИУК-4.2. Умеет вести обмен деловой |

| | |
|---|---|
| | информацией в устной и письменной формах на государственном и иностранном языках с учетом своеобразия стилистики официальных и неофициальных писем, а также социокультурных различий в формате корреспонденции<br>ИУК-4.3. Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный |

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «**Социальные медиа в мобильной цифровой среде**» относится к части, формируемой участниками образовательного процесса Блока Б.1 «Дисциплины (модули)».

## 3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 академических часов).

### 3.1 Виды учебной работы и трудоемкость
(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

| № п/п | Вид учебной работы | Количество часов | Семестры | |
|---|---|---|---|---|
| | | | **7** | **8** |
| **1** | **Аудиторные занятия** | **90** | 54 | 36 |
| | В том числе: | | | |
| 1.1 | Лекции | 18 | 18 | - |
| 1.2 | Семинарские/практические занятия | 72 | 36 | 36 |
| 1.3 | Лабораторные занятия | - | - | |
| **2** | **Самостоятельная работа** | **90** | 54 | 36 |
| | В том числе: | | | |
| 2.1 | Подготовка к практическим занятиям | - | - | |
| 2.2 | Тестирование | | | |
| | | | | |
| **3** | **Промежуточная аттестация** | | | |
| | Зачет/диф.зачет/экзамен | | | экзамен |
| | **Итого** | **180** | 108 | 72 |

3.1.2. Очно-заочная форма обучения

| № | Вид учебной работы | Количество | Семестры |
|---|---|---|---|

| п/п | | часов | 8 | 9 |
|---|---|---|---|---|
| **1** | **Аудиторные занятия** | **72** | 36 | 36 |
| | В том числе: | | | |
| 1.1 | Лекции | 12 | 12 | - |
| 1.2 | Семинарские/практические занятия | 60 | 24 | 36 |
| 1.3 | Лабораторные занятия | - | - | - |
| **2** | **Самостоятельная работа** | **108** | 72 | 36 |
| | В том числе: | | | |
| 2.1 | Подготовка к практическим занятиям | | | |
| 2.2 | Тестирование | | | |
| | | | | |
| **3** | **Промежуточная аттестация** | | | |
| | Зачет/диф.зачет/экзамен | | зачет | экзамен |
| | **Итого** | **180** | 108 | 72 |

3.1.3. Заочная форма обучения

| № п/п | Вид учебной работы | Количество часов | Семестры | |
|---|---|---|---|---|
| | | | **9** | **А** |
| **1** | **Аудиторные занятия** | **42** | 24 | 18 |
| | В том числе: | | | |
| 1.1 | Лекции | **6** | **6** | **-** |
| 1.2 | Семинарские/практические занятия | 36 | 18 | **18** |
| 1.3 | Лабораторные занятия | - | - | - |
| **2** | **Самостоятельная работа** | **138** | 84 | 54 |
| | В том числе: | | | |
| 2.1 | Подготовка к практическим занятиям | | | |
| 2.2 | Тестирование | | | |
| | | | | |
| **3** | **Промежуточная аттестация** | | | |
| | Зачет/диф.зачет/экзамен | | зачет | экзамен |
| | **Итого** | **180** | 108 | 108 |

## 3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

## 4. Содержание дисциплины

### 4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий

| № п/п | Раздел/тема Дисциплины | Общая трудоёмкость | Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся, час | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | Контактная работа | | Самостоятельная работа обучающихся |
| | | Всего | лекции | практические занятия | |

| № п/п | Раздел/тема Дисциплины | Общая трудоёмкость | Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся, час | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | Контактная работа | | Самостоятельная работа обучающихся |
| | | Всего | лекции | практические занятия | |
| 1. | Теоретические основы социальных медиа | **41** | **6** | **18** | **27** |
| 2. | Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации.. | **57** | **12** | **18** | **27** |
| 3. | Особенности продвижения в социальных медиа | **24** | **-** | **12** | **12** |
| 4. | Принципы и формы организации SMM (Social Media Marketing) и рекламы. | **24** | **-** | **12** | **12** |
| 5. | Управление рекламой и маркетингом в социальных сетях. | **24** | **-** | **12** | **12** |
| **Всего** | | | | | |
| **Зачет, экзамен** | | | | | |
| **Итого** | | **180** | **18** | **72** | **90** |

3.2.2. Очно-заочная форма обучения

## 4. Содержание дисциплины

### 4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий

| № п/п | Раздел/тема Дисциплины | Общая трудоёмкость | Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся, час | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | Контактная работа | | Самостоятельная работа обучающихся |
| | | Всего | лекции | практические занятия | |
| 1 | Теоретические основы социальных медиа | **54** | **6** | **12** | **36** |
| 2. | Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации.. | **54** | **6** | **12** | **36** |
| 3. | Особенности продвижения в социальных медиа | **24** | **-** | **12** | **12** |
| 4. | Принципы и формы организации SMM (Social Media Marketing) и | **24** | **-** | **12** | **12** |

| № п/п | Раздел/тема Дисциплины | Общая трудоёмкость | Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся, час | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | Контактная работа | | Самостоятельная работа обучающихся |
| | | Всего | лекции | практические занятия | |
| | рекламы. | | | | |
| 5. | Управление рекламой и маркетингом в социальных сетях. | **24** | **-** | **12** | **12** |
| **Всего** | | | | | |
| **Зачет, экзамен** | | | | | |
| **Итого** | | **180** | **12** | **60** | **108** |

3.2.2. Заочная форма обучения

## 4. Содержание дисциплины

### 4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий

| № п/п | Раздел/тема Дисциплины | Общая трудоёмкость | Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся, час | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | Контактная работа | | Самостоятельная работа обучающихся |
| | | Всего | лекции | практические занятия | |
| 1 | Теоретические основы социальных медиа | **54** | **3** | **9** | **42** |
| 2. | Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации.. | **54** | **3** | **9** | **42** |
| 3. | Особенности продвижения в социальных медиа | **24** | **-** | **6** | **18** |
| 4. | Принципы и формы организации SMM (Social Media Marketing) и рекламы. | **24** | **-** | **6** | **18** |
| 5. | Управление рекламой и маркетингом в социальных сетях. | **24** | **-** | **6** | **18** |
| **Всего** | | | | | |
| **Зачет, экзамен** | | | | | |
| **Итого** | | **180** | **6** | **36** | **138** |

### 3.3 Содержание дисциплины

### 4.2. Содержание разделов дисциплины

### 4.2. Содержание разделов дисциплины

| |
|---|
| **Тема №1**<br>**Теоретические основы социальных медиа**<br>Краткая история Всемирной паутины<br>Френдинг в Сети: функция поддержки слабых социальных связей.<br>Виртуальная идентичность и самопрезентация в сети. Лексика, семантика и этика сетевого общения.<br>Типология социальных платформ и особенности организации коммуникаций |
| **Тема №2**<br>**Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации**. Понятие контента. Понятие медиатекста. Отличие социальных медиа от традиционных медиа (социальная среда, диалоговая форма, множественность авторов-генераторов контента).<br>Содержание социальных медиа. Пользовательский контент (UGC - user-generated content). Принципы социальных медиа. Принцип соучастия и коллективный разум. Формы социальных медиа (social networking (знакомство, личное общение), collaboration work (коллаборативное творчество, совместная работа с информацией, её создание и преобразование), unique content creation (создание уникального контента), re-sharing (распространение чужого контента). |
| **Тема №3**<br>**Особенности продвижения в социальных медиа**<br>Блогинг как новый инструмент репутационного менеджмента.<br>Краткая история становления блогинга.<br>Ведение блога: простые рецепты копирайтинга и раскрутки. Корпоративный блог: копирайтинг и продвижение. |
| **Тема №4**<br>**Принципы и формы организации SMM (Social Media Marketing) и рекламы.**<br>Social Media Marketing: задачи, основные принципы, стратегии и алгоритм действий.<br>Маркетинговые характеристики и особенности основных бренд-платформ.<br>Организация специальных событий через социальные сети |
| **Тема №5**<br>**Управление рекламой и маркетингом в социальных сетях.**<br>Интеграция социальных медиа в маркетинговую информационную систему компании<br>Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности компании в социальных медиа |

## 3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия

| |
|---|
| **Тема №1**<br>**Теоретические основы социальных медиа**<br>Краткая история Всемирной паутины<br>Френдинг в Сети: функция поддержки слабых социальных связей.<br>Виртуальная идентичность и самопрезентация в сети. Лексика, семантика и этика сетевого общения.<br>Типология социальных платформ и особенности организации коммуникаций |
| **Тема №2**<br>**Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации**. Понятие контента. Понятие медиатекста. Отличие социальных медиа от традиционных медиа (социальная среда, диалоговая форма, множественность авторов-генераторов контента). Содержание социальных медиа. Пользовательский контент (UGC - user-generated content). Принципы социальных медиа. Принцип соучастия и коллективный разум. Формы |

| |
|---|
| социальных медиа (social networking (знакомство, личное общение), collaboration work (коллаборативное творчество, совместная работа с информацией, её создание и преобразование), unique content creation (создание уникального контента), re-sharing (распространение чужого контента). |
| **Тема №3**<br>**Особенности продвижения в социальных медиа**<br>Блогинг как новый инструмент репутационного менеджмента.<br>Краткая история становления блогинга.<br>Ведение блога: простые рецепты копирайтинга и раскрутки. Корпоративный блог: копирайтинг и продвижение. |
| **Тема №4**<br>**Принципы и формы организации SMM (Social Media Marketing) и рекламы.**<br>Social Media Marketing: задачи, основные принципы, стратегии и алгоритм действий.<br>Маркетинговые характеристики и особенности основных бренд-платформ.<br>Организация специальных событий через социальные сети |
| **Тема №5**<br>**Управление рекламой и маркетингом в социальных сетях.**<br>Интеграция социальных медиа в маркетинговую информационную систему компании<br>Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности компании в социальных медиа |

3.4.2. Лабораторные занятия

*Не предусмотрены*

### 3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

*Не предусмотрены*

## 4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

Разработанный и представленный в электронном виде учебный и научно-исследовательский материал, комплекс заданий (задач) для самостоятельной работы, решение и презентация результатов которых предполагает использование компьютерных средств.

### 4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) \ КонсультантПлюс - https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/(дата обращения: 17.09.2023).

2. "КонсультантПлюс" - законодательство РФ: кодексы, законы, указы, постановления Правительства Российской Федерации, нормативные акты - https://www.consultant.ru/(дата обращения: 17.09.2023).

3. ГАРАНТ - Законодательство (кодексы, законы, указы, постановления) РФ, аналитика, комментарии, практика.- https://www.garant.ru/ (дата обращения: 17.09.2023).

## 4.2 Основная литература


1. Реклама под прикрытием: Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / Мара Эйнштейн; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер; Москва; 2017. – 301 с.
2. Управление контент-маркетингом. Практическое аудитории для вашего бизнеса / Роберт Роуз, Джо Пулицци ; пер. с англ. Всеволода Иващенко. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. –
3. SEO-копирайтинг 2.0: как писать тексты в эру семантического поиска / И.С. Шамина, А.С. Ушакова, Е.А. Ткаченко и др. ; под общ. Ред. И.С. Шаминой. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 261 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493859 (дата обращения: 15.08.2019). – ISBN 978-5-9729-0210-1. – Текст : электронный.


## 4.3. Дополнительная литература


1. Шпаковский, В.О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама / В.О. Шпаковский, Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 248 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493883 (дата обращения: 04.12.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9729-0202-6. – Текст : электронный.Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг /
2. Шарков Ф.И. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044 (дата обращения: 04.12.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-00792-7. – Текст : электронный.


## 4.3 Электронные образовательные ресурсы

https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=12803
https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=12876

## 4.4 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

1. Microsoft Windows 10 Pro
2. Microsoft Office 2007
3. KasperskyAnti-Virus

## 4.5 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Компьютерные информационно-правовые системы «Консультант» http://www.consultant.ru, «Гарант» http://www.garant.ru
2. Официальный интернет-портал правовой информации http://pravo.gov.ru.
3. Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru
4. Философский портал http://www.philosophy.ru

5. Электронная библиотека по философии http://filosof.historic.ru
6. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» https://biblioclub.ru/index.php
7. Библиотека русской религиозно-философской и художественной литературы «Вехи» http://www.vehi.net
8. Электронная библиотека http://books.atheism.ru/philosophy/
9. Единое окно доступа к образовательным ресурсам Федеральный портал http://window.edu.ru
10. Научная электронная библиотека http://www.elibrary.ru
11. Российская государственная библиотека http://www.rsl.ru

## 5. Материально-техническое обеспечение

1. Лекционная аудитория, аудитория для групповых и индивидуальных консультаций.
2. Аудитория для проведения практических и семинарских занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации.
3. Актовый зал. Аудитория для лиц с ОВЗ.
4. Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работы и курсового проектирования. Библиотека, читальный зал.

## 6. Методические рекомендации

### 6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

*Методические рекомендации по организации обучения по дисциплине могут содержать описание применяемых образовательных технологий, видов учебной работы, методов и форм текущего контроля и промежуточной аттестации.*

### 6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания по освоению дисциплины.

.

Проведение практических занятий по дисциплине «**Основы копирайтинга**» осуществляется в следующих формах:

- опрос по материалам, рассмотренным на практических занятиях и изученным самостоятельно по рекомендованной литературе;
- анализ и обсуждение практических ситуаций по темам.
- Выполнение практических заданий

Посещение практических занятий и активное участие в них является обязательным.

Подготовка к практическим занятиям обязательно включает в себя изучение конспектов лекционного материала и рекомендованной литературы для адекватного понимания условия и способа решения заданий, запланированных преподавателем на конкретное практическое занятие.

Методические указания по выполнению различных форм внеаудиторной самостоятельной работы

Изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине проводится на регулярной основе в разрезе каждого раздела в соответствии с приведенными в п.7 рабочей программы рекомендациями для подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине

«**Основы копирайтинга**». Список основной и дополнительной литературы по дисциплине приведен в п.5 настоящей рабочей программы.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «**Основы копирайтинга**» проходит в форме экзамена. Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «**Основы копирайтинга**» и критерии оценки ответа обучающегося на экзамене для целей оценки достижения заявленных индикаторов сформированности компетенции приведены в составе ФОС по дисциплине в п.8 настоящей рабочей программы.

Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине независимо от результатов текущего контроля.

## 7. Фонд оценочных средств

### 7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины. Формы контроля формирования компетенций

| **Код и наименование компетенций** | **Индикаторы достижения компетенции** | **Форма контроля** | **Этапы формирования (разделы дисциплины)** |
|---|---|---|---|
| УК-1<br>Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации,<br>применять системный подход для решения поставленных задач | ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие<br>ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи<br>ИУК-1.3. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их достоинства и недостатки | Промежуточный контроль: Текущий контроль: опрос на практических занятиях; выполнение практических заданий | Темы 1-5 |
| УК-3<br>Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | ИУК-4.1. Учитывает особенности деловой коммуникации на государственном и иностранном языках в зависимости от | Промежуточный контроль: Текущий контроль: опрос на практичес | Темы 1-5 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | особенностей вербальных и невербальных средств общения<br>ИУК-4.2. Умеет вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном и иностранном языках с учетом своеобразия стилистики официальных и неофициальных писем, а также социокультурных различий в формате корреспонденции<br>ИУК-4.3. Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный | ких занятиях; выполнение практических заданий | |

### 7.2 Показатели и критерии оценивания компетенций при изучении дисциплины, описание шкал оценивания

#### 7.2.1 Критерии оценки ответа на зачете

**«5» (отлично):** обучающийся демонстрирует системные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

**«4» (хорошо):** обучающийся демонстрирует прочные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью, но при этом делает несущественные ошибки, которые быстро исправляет самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем.

**«3» (удовлетворительно):** обучающийся демонстрирует неглубокие теоретические знания, проявляет слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное умение делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает не достаточно свободное владение монологической речью, терминами, логичностью и последовательностью изложения, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем.

**«2» (неудовлетворительно):** обучающийся демонстрирует незнание теоретических основ предмета, отсутствие практических навыков, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминами, проявляет отсутствие логичности и последовательности изложения,

делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на дополнительные вопросы.

**7.2.2 Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях**

**«5» (отлично):** выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы, активно работал на практических занятиях.

**«4» (хорошо):** выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся с корректирующими замечаниями преподавателя ответил на все контрольные вопросы, достаточно активно работал на практических занятиях.

**«3» (удовлетворительно):** выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями с замечаниями преподавателя; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

**«2» (неудовлетворительно):** обучающийся не выполнил или выполнил неправильно практические задания, предусмотренные практическими занятиями; студент ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы.

**7.2.3. Итоговое соответствие балльной шкалы оценок и уровней сформированности компетенций по дисциплине:**

| **Уровень сформированности компетенции** | **Оценка** | **Пояснение** |
|---|---|---|
| Высокий | «5» (отлично) | теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью;<br>все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены на высоком уровне;<br>компетенции сформированы |
| Средний | «4» (хорошо) | теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью;<br>все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями;<br>компетенции в целом сформированы |
| Удовлетвори-тельный | «3» (удовлетворительно) | теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены частично, но пробелы не носят существенного характера;<br>большинство предусмотренных программой обучения учебных задач выполнено, но в них имеются ошибки;<br>компетенции сформированы частично |
| Неудовлетвори-тельный | «2» (неудовлетворительно) | теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине не освоены;<br>большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки;<br>дополнительная самостоятельная работа над материалом не приводит к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий;<br>компетенции не сформированы |

## 7.3 Методические материалы (типовые контрольные задания), определяющие результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения

Контрольные задания, применяемые в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине, носят универсальный характер и предусматривают возможность

комплексной оценки всего набора заявленных по данной дисциплине индикаторов сформированности компетенций.

**8.3.1. Текущий контроль (работа на практических занятиях)**

**Вопросы к темам**

(формирование компетенции (формирование компетенции формирование компетенции УК-1, УК-3)

| |
|---|
| **Тема №1**<br>**Теоретические основы социальных медиа**<br>1. Краткая история Всемирной паутины<br>2. Френдинг в Сети: функция поддержки слабых социальных связей.<br>3. Виртуальная идентичность и самопрезентация в сети.<br>4. Лексика, семантика и этика сетевого общения.<br>**5.** Типология социальных платформ и особенности организации коммуникаций |
| **Тема №2**<br>**Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации**.<br>1. Понятие контента.<br>2. Понятие медиатекста.<br>3. Отличие социальных медиа от традиционных медиа (социальная среда, диалоговая форма, множественность авторов-генераторов контента).<br>4. Содержание социальных медиа.<br>5. Пользовательский контент (UGC - user-generated content).<br>6. Принципы социальных медиа.<br>7. Принцип соучастия и коллективный разум.<br>8. Формы социальных медиа (social networking (знакомство, личное общение), collaboration work (коллаборативное творчество, совместная работа с информацией, её создание и преобразование), unique content creation (создание уникального контента), re-sharing (распространение чужого контента). |
| **Тема №3**<br>**Особенности продвижения в социальных медиа**<br>1. Блогинг как новый инструмент репутационного менеджмента.<br>2. Краткая история становления блогинга.<br>3. Ведение блога: простые рецепты копирайтинга и раскрутки.<br>4. Корпоративный блог: копирайтинг и продвижение. |
| **Тема №4**<br>**Принципы и формы организации SMM (Social Media Marketing) и рекламы.**<br>1. Social Media Marketing: задачи, основные принципы, стратегии и алгоритм действий.<br>2. Маркетинговые характеристики и особенности основных бренд-платформ.<br>3. Организация специальных событий через социальные сети |
| **Тема №5**<br>**Управление рекламой и маркетингом в социальных сетях.**<br>1. Интеграция социальных медиа в маркетинговую информационную систему компании<br>2. Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности компании в социальных медиа |

**8.3.4. Промежуточный контроль (вопросы к зачету)**

(формирование компетенции формирование компетенции УК-1, УК-3)

| |
|---|
| **Тема №1**<br>**Теоретические основы социальных медиа** |

1. Краткая история Всемирной паутины
2. Френдинг в Сети: функция поддержки слабых социальных связей.
3. Виртуальная идентичность и самопрезентация в сети.
4. Лексика, семантика и этика сетевого общения.
5. Типология социальных платформ и особенности организации коммуникаций

**Тема №2**

**Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации**.

1. Понятие контента.
2. Понятие медиатекста.
3. Отличие социальных медиа от традиционных медиа (социальная среда, диалоговая форма, множественность авторов-генераторов контента).
4. Содержание социальных медиа.
5. Пользовательский контент (UGC - user-generated content).
6. Принципы социальных медиа.
7. Принцип соучастия и коллективный разум.
8. Формы социальных медиа (social networking (знакомство, личное общение), collaboration work (коллаборативное творчество, совместная работа с информацией, её создание и преобразование), unique content creation (создание уникального контента), re-sharing (распространение чужого контента).

**8.3.5. Промежуточный контроль (вопросы к зэкзамену)**

(формирование компетенции формирование компетенции УК-1, УК-3)

**Тема №1**

**Теоретические основы социальных медиа**

1) Краткая история Всемирной паутины
2) Френдинг в Сети: функция поддержки слабых социальных связей.
3) Виртуальная идентичность в сети.
4) Виртуальная самопрезентация в сети.
5) Лексика сетевого общения.
6) семантика сетевого общения.
7) этика сетевого общения.
8) Типология социальных платформ
9) особенности организации коммуникаций социальных платформ

**Тема №2**

**Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации**.

1) Понятие контента.
2) Понятие медиатекста.
3) Отличие социальных медиа от традиционных медиа (социальная среда, диалоговая форма, множественность авторов-генераторов контента).
4) Содержание социальных медиа.
5) Пользовательский контент (UGC - user-generated content).
6) Принципы социальных медиа.
7) Принцип соучастия и коллективный разум.
8) Формы социальных медиа (social networking (знакомство, личное общение), collaboration work (коллаборативное творчество, совместная работа с информацией, её создание и преобразование), unique content creation (создание уникального контента), re-sharing (распространение чужого контента).

**Тема №3**

**Особенности продвижения в социальных медиа**

1. Блогинг как новый инструмент репутационного менеджмента.
2. Краткая история становления блогинга.
3. Ведение блога: простые рецепты копирайтинга и раскрутки.
4. Корпоративный блог: копирайтинг и продвижение.

| |
|---|
| **Тема №4**<br>**Принципы и формы организации SMM (Social Media Marketing) и рекламы.**<br>1. Social Media Marketing: задачи, основные принципы, стратегии и алгоритм действий.<br>2. Маркетинговые характеристики и особенности основных бренд-платформ.<br>3. Организация специальных событий через социальные сети |
| **Тема №5**<br>**Управление рекламой и маркетингом в социальных сетях.**<br>1. Интеграция социальных медиа в маркетинговую информационную систему компании<br>2. Методы оценки эффективности маркетинговой деятельности компании в социальных медиа |