

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, управления и сервиса
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Е. Ю. Меркулова
«05» июля 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.02.2 Whywepost: антропология социальных медиа

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 - Реклама и связи с
общественностью

Профиль/направленность/специализация: Реклама и связи с общественностью в
государственной и коммерческой сферах

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2021

Автор программы:

Гордеева Мария Михайловна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 512).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «11» мая 2021 г. Протокол № 7

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «05» июля 2021 г. № 12.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	12
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	13
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	13

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- авторский
- маркетинговый

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Проводит самостоятельное исследование поведения аудитории в социальных медиа, используя технологии самообразования и саморазвития

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Очная (семестр)		Заочная (семестр)	
		1	2	1	2
1	Аудитория массовых коммуникаций		+		+
2	Духовно-нравственное воспитание		+		+
3	Медиапотребление аудитории		+		+
4	Педагогика		+		+
5	Социология массовых коммуникаций		+		+
6	Цифровая культура	+	+	+	+

2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Whywepost: антропология социальных медиа» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина «Whywepost: антропология социальных медиа» изучается в 2 семестре.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины:

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
Контактная работа	32	8
Лекции (Лекции)	16	4
Практические (Практ. раб.)	16	4
Самостоятельная работа (СР)	40	60
Зачет	-	4

3.2. Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
2 семестр								
1	Введение в антропологию социальных медиа	4	1	4	1	10	15	Собеседование; Контрольная работа
2	Основные темы исследований социальных медиа: проект WWP	4	1	4	1	10	15	Собеседование; Тестирование
3	Визуальные аспекты социальных медиа	4	1	4	1	10	15	Собеседование
4	Влияние социальных медиа на политику и гендер	4	1	4	1	10	15	Собеседование; Тестирование

Тема 1. Введение в антропологию социальных медиа (УК-6)

Лекция.

Социальные медиа с точки зрения антропологии. Взаимосвязь контента и платформы. Масштабируемая социальность как антропологическое определение социальных медиа. Исследование даны бойд и Николь Эллисон, «Социальные сети: определение, история и изучение»: «сетевые паблики» и «аффордансы». Характеристики возможностей социальных медиа: доступность во времени, широта потенциальной аудитории, доступность распространения и поиска

Практическое занятие.

- 1 Социальные медиа с точки зрения антропологии.
- 2 Взаимосвязь контента и платформы.
- 3 Масштабируемая социальность как антропологическое определение социальных медиа.

- 4 Исследование даны бойд и Николь Эллисон, «Социальные сети: определение, история и изучение»: «сетевые паблики» и «аффордансы».
- 5 Характеристики возможностей социальных медиа: доступность во времени, широта потенциальной аудитории, доступность распространения и поиска

Задания для самостоятельной работы.

Отберите трех человек. Выбранные люди должны быть особенно активны в социальных сетях в последние несколько дней. Проанализируйте их последние десять сообщений на любой выбранной платформе. Сделайте заметки в своей полевой книге, отвечая на следующие вопросы: 1. Кажется ли вам, что это более или менее одни и те же люди онлайн и офлайн? Узнали ли вы что-то о них в интернете, чего не знали из своих офлайн-взаимодействий, или наоборот? 2. Как вы обычно общаетесь с ними в социальных сетях – через юмор, спор, информирование о чем-то, выражение симпатии и т. д.? Эта задача способствует выработыванию у магистрантов этнографического мышления, потому что для антропологов лучший способ понять, что люди делают в интернете, – поместить это в более широкий контекст их автономной (офлайн) жизни.

Тема 2. Основные темы исследований социальных медиа: проект WWP (УК-6)

Лекция.

Проект Дэниела Миллера Why We Post: основные темы, площадки, методология исследований. Концепция «полимедиа». Влияние социальных медиа на разные сферы жизни людей: работа, досуг, семья

Практическое занятие.

- 1 Проект Дэниела Миллера Why We Post: основные темы, площадки, методология исследований.
- 2 Концепция «полимедиа».
- 3 Влияние социальных медиа на разные сферы жизни людей: работа, досуг, семья

Задания для самостоятельной работы.

Сформулируйте ответы на следующие вопросы: 1). Как вы думаете, является ли проблемой то, что каждая наука (психология, социология, исследования медиа, антропология) предлагают собственное определение социальных медиа? 2). Считаете ли вы концепцию «полимедиа» полезной? Когда у людей есть свобода выбора в использовании той или иной платформы, как вам кажется, можно ли делать какие-либо предположения о социальном статусе, демографических характеристиках, целях, ценностях пользователей в зависимости от выбранных ими социальных медиа? При подготовке ответа можно использовать статистические данные: ☐ <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/> ☐ <https://www.socialmediaexaminer.com/> ☐ <https://www.nielsen.com/ru/en/> ☐ <https://mediascope.net/> ☐ <https://br-analytics.ru/> 3) Как вы думаете, может ли новая технология одновременно быть «традиционной»? Применяются ли социальные медиа в России для поддержания традиций? 4) Если предположить, что фундаментальное свойство социальных медиа – их способность непредсказуемо трансформироваться под влиянием пользователей, то можно сделать вывод, что в разных странах, социальные платформы используются по-разному. Подумайте над этим предположением, выбрав одну платформу социальных медиа. Как вы думаете, для чего создавалась конкретно эта платформа? Используют ли ее так, как нельзя было ожидать изначально? Каковы, с вашей точки зрения, причины такого использования?

Тема 3. Визуальные аспекты социальных медиа (УК-6)

Лекция.

Социальная заметность: селфи и мемы.

Мемы как репликаторы, моральные мемы.

Мемы как новый способ участия в общественной жизни.

Виды селфи.

Визуальные посты и проблема грамотности.

Практическое занятие.

- 1 Социальная заметность: селфи и мемы.

- 2 Мемы как репликаторы, моральные мемы.
- 3 Мемы как новый способ участия в общественной жизни.
- 4 Виды селфи.
- 5 Визуальные посты и проблема грамотности.

Задания для самостоятельной работы.

Просмотрите свои фотографии в социальных медиа.

Подумайте о том, как вас видят другие в интернете и вне сети. Есть ли разница между тем, как вы выглядите в сети и вне ее? Вы когда-нибудь жалели о том, что опубликовали какое-то фото или что вас отметили на нем? Запишите ответы на следующие вопросы:

- 1). Какие селфи делают Ваши друзья из России, из Нижнего Новгорода? Как бы вы описали их? Как бы объяснили, почему они такие? Видите ли вы сходства или различия с примерами из других стран, которые мы обсудили, изучая проект Why We Post?
- 2). Какие темы привлекают внимание у вас? Что люди комментируют, публикуют, чем они готовы делиться? Как вам кажется, отражает ли это некие ценности?
- 4). Взгляните на мемы у вас в социальных медиа, особенно на смешные. Как вы думаете, у них есть какой-нибудь моральный подтекст? Есть ли у вас любимый мем? 5). Какие картинки публикуют ваши друзья из России, из Нижнего Новгорода чтобы показать свои мечты – изображения семейной жизни, роскошного отдыха или чего-то еще? Как вы думаете, каким образом повлияли социальные медиа на стремления и ожидания людей?
- 5). Как вы думаете, на что еще повлиял переход от устного и письменного общения к визуальным изображениям? Какое значение имеет появление новых языков общения в социальных медиа: через мемы, селфи, репосты, лайки?

Тема 4. Влияние социальных медиа на политику и гендер (УК-6)

Лекция.

Основные проблемы: контроль личности со стороны властей; мобилизация сил сопротивления против режима; скорость создания политики; повседневная микрополитика власти; политические кампании в социальных медиа.

4 главных разновидности политических постов в социальных медиа: поддержка, сарказм, озабоченность и безразличие.

Политика в социальных медиа: спираль молчания.

Гендер: появление многообразных новых типов взаимоотношений; публичное укрепление традиционных гендерных норм.

Практическое занятие.

- 1 Основные проблемы: контроль личности со стороны властей; мобилизация сил сопротивления против режима; скорость создания политики; повседневная микрополитика власти; политические кампании в социальных медиа.
- 2 4 главных разновидности политических постов в социальных медиа: поддержка, сарказм, озабоченность и безразличие.
- 3 Политика в социальных медиа: спираль молчания.
- 4 Гендер: появление многообразных новых типов взаимоотношений; публичное укрепление традиционных гендерных норм.

Задания для самостоятельной работы.

Выполнить задание нужно, опираясь на собственный пример социальных медиа (вы выбрали его на предыдущих занятиях). Задание 5.1: политика 1). Отметьте недавние посты, которые имеют политические коннотации. 2). Создайте таблицу, в которой будут отмечены следующие наблюдения: – Суть постов. Серьезные ли это комментарии/дискуссии на политические темы, или же политика здесь используется для развлечения? Может быть, и то, и другое? – Число «лайков» и комментариев. Какие публикации зарабатывают их больше прочих? Как вы думаете, почему? – Выяснили ли вы о политических взглядах людей что-то такое, что не было известно вам в рамках обсуждений вне интернета? Если так, изменило ли это ваше мнение об этих людях или о каких-либо политических вопросах? Задание 5.2: гендер 1). Найдите в вашем образце посты, которые артикулируют гендерные различия. Можно ли выстроить их в некую единую систему? Как бы вы ее обосновали? 2). Узнали ли вы что-то новое о взглядах этих людей на гендер, то, что не могли бы усвоить в ходе онлайн-дискуссий? Изменило ли это ваше мнение об этих людях или даже о гендере?

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

2 семестр

- текущий контроль – 80 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мак. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Введение в антропологию социальных медиа	Собеседование	20	<p>20-16 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. Ответ сопровождается презентацией.</p> <p>15-10 – Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. Ответ сопровождается презентацией.</p> <p>9-5 В ответе имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. Презентация выполнена не в полном объеме.</p> <p>2-1 Тема раскрыта частично, поверхностно. Презентация не подготовлена.</p>

		Контроль ная работа	10	<p>Студент правильно выполнил контрольную работу. Студент демонстрирует хорошее владение теоретическим материалом и способен верно применять эти знания при решении практических задач. Работа выполнена на высоком уровне, студент проявил самостоятельность и отличное владение теоретическим материалом.</p> <p>10 баллов. Студент правильно выполнил контрольную работу, но имеются некоторые недочеты. Студент демонстрирует владение теоретическим материалом и способен верно применять эти знания при решении практических задач.</p> <p>5 баллов. Выполненная работа имеет ряд существенных недочетов. Студент демонстрирует владение теоретическим материалом, но испытывает затруднения с его применением при решении практических задач.</p>
2.	Основные темы исследований социальных медиа: проект WWP	Собеседо вание	15	<p>15-11 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. Ответ сопровождается презентацией.</p> <p>10-8 – Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. Ответ сопровождается презентацией.</p> <p>7-4 В ответе имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. Презентация выполнена не в полном объеме.</p> <p>3-1 Тема раскрыта частично, поверхностно. Презентация не подготовлена.</p>
		Тестиров ание(кон трольны й срез)	10	<p>Тест состоит из 10 вопросов. 10 баллов – студент правильно отвечает на 100% вопросов в тесте;</p> <p>7 баллов – студент правильно отвечает на 50% вопросов в тесте;</p> <p>4 балла – студент правильно отвечает на 30% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 30% правильных ответов баллов не дает.</p>
3.	Визуальные аспекты социальных медиа	Собеседо вание	20	<p>20-16 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. Ответ сопровождается презентацией.</p> <p>15-10 – Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. Ответ сопровождается презентацией.</p> <p>9-5 В ответе имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. Презентация выполнена не в полном объеме.</p> <p>2-1 Тема раскрыта частично, поверхностно. Презентация не подготовлена.</p>

4.	Влияние социальных медиа на политику и гендер	Собеседование	15	15-11 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. Ответ сопровождается презентацией. 10-8 – Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. Ответ сопровождается презентацией. 7-4 В ответе имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. Презентация выполнена не в полном объеме. 3-1 Тема раскрыта частично, поверхностно. Презентация не подготовлена.
		Тестирование(контрольный срез)	10	Тест состоит из 10 вопросов. 10 баллов – студент правильно отвечает на 100% вопросов в тесте; 7 баллов – студент правильно отвечает на 50% вопросов в тесте; 4 балла – студент правильно отвечает на 30% вопросов в тесте. Менее 30% правильных ответов баллов не дает.
5.	Премияльные баллы		20	Дополнительные премияльные баллы могут быть начислены: - постоянная активность во время практических занятий – 20 баллов; - подготовленную презентацию – 15 баллов; - участие с докладом на студенческой конференции по тематике изучаемой дисциплины – 10 баллов
6.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		70	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольных срезов.
7.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Контрольная работа

Тема 1. Введение в антропологию социальных медиа

Характеристики возможностей социальных медиа: доступность во времени, широта потенциальной аудитории, доступность распространения и поиска

Собеседование

Тема 1. Введение в антропологию социальных медиа

- 1 Социальные медиа с точки зрения антропологии.
- 2 Взаимосвязь контента и платформы.

- 3 Масштабируемая социальность как антропологическое определение социальных медиа.
- 4 Исследование даны бойд и Николь Эллисон, «Социальные сети: определение, история и изучение»: «сетевые паблики» и «аффордансы».
- 5 Характеристики возможностей социальных медиа: доступность во времени, широта потенциальной аудитории, доступность распространения и поиска

Тема 2. Основные темы исследований социальных медиа: проект WWP

- 1 Проект Дэниела Миллера Why We Post: основные темы, площадки, методология исследований.
- 2 Концепция «полимедиа».
- 3 Влияние социальных медиа на разные сферы жизни людей: работа, досуг, семья

Тема 3. Визуальные аспекты социальных медиа

На примере нескольких аккаунтов СМИ в социальных сетях проанализировать специфику работы массмедиа на данной информационной площадке.

Ознакомиться с ведущими специалистами в области SMM и рассказать об одном из них.

Проанализировать на 2-3 примерах специфику контента СМИ на площадках социальных сетей.

Тема 4. Влияние социальных медиа на политику и гендер

Проанализировать типы контента СМИ для социальных сетей.

Выявить ключевые показатели эффективности работы в социальных сетях, дать им характеристику.

Дать определение понятиям вовлеченность, конверсия, лояльность, стоимость подписчика.

Тестирование

Тема 2. Основные темы исследований социальных медиа: проект WWP

Какая из черт интернет-коммуникации является общей с коммуникацией в традиционных СМИ:

- наличие массовой аудитории

-интерактивность

-мгновенная передача информации.

Медийный комплекс РФ включает:

-прессу, радио, телевидение, информационные агентства, Интернет-сети, документальное кино, книжные издания, PR и рекламные агентства;

-спутниковое телевидение, кабельные сети, мобильные и телекоммуникационные системы; в

-государственные, общественные, корпоративные и частные СМИ.

Тема 4. Влияние социальных медиа на политику и гендер

Основные способы формирования общественного мнения:

-эмоциональные, стихийные, рациональные;

-планово-конструктивные, модельные, системные;

-массовые, индивидуальные, сетевые.

Объектом интернет-коммуникации является:

-глобальная сеть Интернет;

-коммуникативная среда, характеризующаяся относительно стабильными и регулярными внутренними коммуникативными связями;

-пользователи сети Интернет.

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (УК-6)

- 1 Социальные сети в контексте информационного общества: определение понятия, основные характеристики и функции, специфика социальных сетей как средства коммуникации.
- 2 Этапы развития коммуникационных технологий Интернета. Технологическая платформа Веб 2.0. Особенности PR и маркетинга в эпоху Веб 2.0.
- 3 Общая характеристика языка сети Интернет. Дискурсивные характеристики текстов социальных сетей.
- 4 Специфика социальной сети Вконтакте: аудитория, инструменты, типы контента.
- 5 Специфика социальной сети Одноклассники: аудитория, география, инструменты, типы контента.
- 6 Специфика социальной сети Facebook: аудитория, инструменты, типы контента.
- 7 Специфика социальной сети Twitter: аудитория, инструменты, типы контента.
- 8 Специфика социальной сети Instagram: аудитория, инструменты, типы контента.
- 9 Реклама в социальной сети Вконтакте: возможности таргетирования, форматы рекламы, понятие посева.
- 10 Типы контента социальных сетей.

Типовые задания для зачета (УК-6)

- 1 Понятие Интернета и социальных сетей, их роль в рекламе и в системе связей с общественностью.
- 2 Эволюционные процессы в Интернет-технологиях и социальных сетях.
- 3 Интернет, как основа для развития Socila media.
- 4 Влияние воздействия социальных сетей на трансформацию мышления пользователей.
- 5 Разновидности коммуникаций и коммуникантов в Интернете.
- 6 Электронная коммуникация в системе коммуникационных каналов.
- 7 Интернет - сервисы, в системе Интернет-коммуникаций.
- 8 Особенности формирования доменов.
- 9 Понятие Интернет - аудитории, пользователи, целевой аудитории, целевых групп.
- 10 Характеристика мировой аудитории социальных сетей.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	УК-6	При самостоятельном исследовании поведения аудитории в социальных медиа формирует траекторию саморазвития, использует возможности образовательной среды. Применяет инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей.
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	УК-6	При самостоятельном исследовании поведения аудитории в социальных медиа не может формировать траекторию саморазвития, не использует возможности образовательной среды. Не применяет инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, целей.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+. - 2021-06-10; Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 408 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/86789.html>
2. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика : учебное пособие. - Москва: Юнити, 2015. - 383 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712>

6.2 Дополнительная литература:

1. Чумиков, А. Н., Бочаров, М. П., Тишкова, М. В. PR в Интернете: web 1.0, web 2.0, web 3.0. - 2021-08-31; PR в Интернете: web 1.0, web 2.0, web 3.0. - Москва: Альпина Паблишер, 2020. - 131 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/96860.html>
2. Звягинцева, О. С., Кенина, Д. С., Бабкина, О. Н., Исаенко, А. П. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Коммуникационный менеджмент. - Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2019. - 132 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/109384.html>
3. Васильева, Е. Ю., Сергиевская, Н. В. Коммуникационный менеджмент : учебно-методическое пособие. - 2026-08-02; Коммуникационный менеджмент. - Москва: МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ, 2020. - 44 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/101795.html>

6.3 Иные источники:

1. ЭБС «Znaniy.com» - <http://www.znaniy.com/index.php?item=main>
2. Словари и энциклопедии он-лайн - <http://dic.academic.ru>
3. Большая советская энциклопедия - <http://slovari.yandex.ru/dict/bse/article/00084/17900.htm>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

7-Zip 9.20

Adobe acrobat

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Microsoft Windows 10

Office 2007

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» . – URL: <https://rusneb.ru>
2. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
3. Российская национальная библиотека. – URL: <http://nlr.ru>
4. Электронная библиотека ТГУ. – URL: <https://elibrary.tsutmb.ru/>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.