

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт массовых коммуникаций и социальных наук



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Минзарипов Р.Г.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины
Социальные медиа БЗ.ДВ.7

Направление подготовки: 040700.62 - Организация работы с молодежью

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Никитина Т.И.

Рецензент(ы):

Бурганова Лариса Адгасовна

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Морозова Г. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от "____" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института массовых коммуникаций и социальных наук:

Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2013

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) старший преподаватель, к.н. Никитина Т.И. кафедра прикладной политологии и связей с общественностью отделение социальных наук ,
Tatjana.Nikitina@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины "Социальные медиа" являются формирование знаний принципов функционирования социальных медиа, развитие умений и навыков эффективного использования возможностей социальных медиа в профессиональной деятельности.

Социальные медиа - новая и быстро растущая сфера, построенная на общении, ставшая результатом развития сети Интернет. Дисциплина "Социальные медиа" является актуальной для бакалавров по направлению "Реклама и связи с общественностью", т.к. появление социальных медиа изменило привычный подход к PR и рекламе. Сегодня для того, чтобы осуществлять эффективную деятельность в условиях меняющейся сферы PR и рекламы специалист в области социальных коммуникаций должен быть компетентен в использовании новейших коммуникационных технологий.

Задачи курса:

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

формирование основ практических умений организации работы с социальными медиа;

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

реализация коммуникативных, технических и эвристических способностей бакалавров в ходе работы с социальными сервисами.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.7 Профессиональный" основной образовательной программы 040700.62 Организация работы с молодежью и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе, 6 семестр.

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ. "Профессиональный" и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 3 курсе (6 семестр).

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-13 (общекультурные компетенции)	понимание сущности и значения информации в развитии современного общества
ОК-7 (общекультурные компетенции)	способность и готовность осуществлять свою деятельность в различных сферах общественной жизни с учетом принятых в обществе моральных и правовых норм и ценностей
ОК-9 (общекультурные компетенции)	осознание необходимости и способность к непрерывному саморазвитию и самосовершенствованию в течение всей жизни

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-3 (профессиональные компетенции)	умение организовывать и планировать работу с молодыми людьми в молодежных сообществах по месту жительства, учебы, работы, отдыха, временного пребывания молодежи; способность выявлять проблемы в молодежной среде и вырабатывать их организационные решения в области занятости, трудоустройства, предпринимательства, быта и досуга и взаимодействовать с объединениями и организациями, представляющими интересы молодежи; умение организовать информационное обеспечение молодежи по реализации молодежной политики, взаимодействие с молодежными СМИ; способность участвовать в организации деятельности детских и молодежных общественных организаций и объединений; готовность участвовать в организации гражданско-патриотического воспитания молодежи; владеть навыками содействия деятельности спортивно-оздоровительных организаций молодежи; владение навыками организации досуговой деятельности
ПК-5 (профессиональные компетенции)	умение осуществлять сбор и классификацию информации; владение навыками составления информационных обзоров по исследуемой проблеме; способность применять статистические и социологические методы сбора социальной информации; владение навыками участия в социальных проектах по реализации молодежных программ; владение педагогическими приемами и техниками, необходимыми для работы с различными категориями молодежи)

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

особенности Интернета как коммуникационной среды;
историю формирования и развития социальных медиа в Интернет;
принципы функционирования социальных медиа в Интернет;
формы и факторы социальных медиа;
существующие платформы социальных медиа;
принципы формирования и функционирования сетевого сообщества;
возможности использования социальных медиа в профессиональной деятельности;

2. должен уметь:

осуществлять регистрацию на сетевых сервисах
создавать аккаунт сервиса
публиковать фото и видео материалы на сервисах доступа
создавать закладки на сервисах для совместного хранения закладок

3. должен владеть:

регистрироваться и осуществлять работу с контентом в среде МедиаВики
формировать сообщества в социальных сетях

применять полученные знания на практике

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 6 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Интернет как коммуникационная среда	6	1-2	2	2	0	устный опрос
2.	Тема 2. Социальные медиа в сети Интернет	6	2-3	6	6	0	устный опрос
3.	Тема 3. Сервисы социальных медиа	6	4-5	4	4	0	устный опрос
4.	Тема 4. Социальные объекты в Интернет.	6	6-7	4	4	0	письменная работа
5.	Тема 5. Социальные медиа в профессиональной деятельности	6	8	0	2	0	домашнее задание
	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	зачет
	Итого			16	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Интернет как коммуникационная среда

лекционное занятие (2 часа(ов)):

История, развитие и принципы функционирования сети Интернет. Интернет как СМК. Природа Веб. Веб-эволюция. Возникновение Веб 2.0 и идеология социального Интернета. Преимущества использования Веб 2.0.

практическое занятие (2 часа(ов)):

История, развитие и принципы функционирования сети Интернет. Интернет как СМК. Природа Веб. Веб-эволюция. Возникновение Веб 2.0 и идеология социального Интернета. Преимущества использования Веб 2.0.

Тема 2. Социальные медиа в сети Интернет

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации. 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), social knowledge bases (публикация контейнеров контента, не связанных хронологически), social information broadcasting, unique content creation (создание уникального контента), re-sharing (распространение чужого контента).

практическое занятие (6 часа(ов)):

Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации. 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), social knowledge bases (публикация контейнеров контента, не связанных хронологически), social information broadcasting, unique content creation (создание уникального контента), re-sharing (распространение чужого контента).

Тема 3. Сервисы социальных медиа

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Коллективные и персональные блоги, микроблоги (LiveInternet, Twitter, My.ya, Habrahabr). Социально-тематические сети (Интернет-форумы). Новостные социальные сайты (News2). Интернет-хосты (Picasa, Flickr, Flamber, Rutube, Youtube). Социальные сайты вопросов и ответов. Подкасты ? аудио и видео (Russian Podcasting, PodFM, LibSyn). Wiki-сервисы (Letopisi, Wikipedia). Социальные закладки (Zakladki.tomsk, Memori, Bobrdobr, Del.icio.us, Rumarkz, Moemesto). Фолксономия. Тэги. Онлайн-игры (Second Life, Lively, World of Warcraft). Социальные сети (Facebook, MySpace, Vkontakte, Одноклассники, Мой Круг).

практическое занятие (4 часа(ов)):

Коллективные и персональные блоги, микроблоги (LiveInternet, Twitter, My.ya, Habrahabr). Социально-тематические сети (Интернет-форумы). Новостные социальные сайты (News2). Интернет-хосты (Picasa, Flickr, Flamber, Rutube, Youtube). Социальные сайты вопросов и ответов. Подкасты ? аудио и видео (Russian Podcasting, PodFM, LibSyn). Wiki-сервисы (Letopisi, Wikipedia). Социальные закладки (Zakladki.tomsk, Memori, Bobrdobr, Del.icio.us, Rumarkz, Moemesto). Фолксономия. Тэги. Онлайн-игры (Second Life, Lively, World of Warcraft). Социальные сети (Facebook, MySpace, Vkontakte, Одноклассники, Мой Круг).

Тема 4. Социальные объекты в Интернет.

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Конструирование социальной реальности. Мотивы участия пользователей в предоставлении контента. Принципы формирования сетевого сообщества. Пользовательский текст, мультимедиа контент. Социальная сеть как капитал социального объекта. Принципы действия и инструментарий социальных сетей в Интернет.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Конструирование социальной реальности. Мотивы участия пользователей в предоставлении контента. Принципы формирования сетевого сообщества. Пользовательский текст, мультимедиа контент. Социальная сеть как капитал социального объекта. Принципы действия и инструментарий социальных сетей в Интернет.

Тема 5. Социальные медиа в профессиональной деятельности

практическое занятие (2 часа(ов)):

Социальные медиа как ресурс рекламной и PR-деятельности. Социальные медиа как инструмент рекламной и PR-деятельности. Направления рекламной и PR-деятельности в Интернет. Принципы Social Network Relations. Рекламный и PR ?текст? в социальных медиа. Социальный медиаплан. Стилль профессионального общения в Интернет. Модели работы с социальными сетями. Анализ кейсов.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Интернет как коммуникационная среда	6	1-2	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
2.	Тема 2. Социальные медиа в сети Интернет	6	2-3	подготовка к устному опросу	10	устный опрос
3.	Тема 3. Сервисы социальных медиа	6	4-5	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
4.	Тема 4. Социальные объекты в Интернет.	6	6-7	подготовка к письменной работе	6	письменная работа
5.	Тема 5. Социальные медиа в профессиональной деятельности	6	8	подготовка домашнего задания	6	домашнее задание
	Итого				38	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Основными образовательными технологиями, используемыми в рамках курса "Социальные медиа" являются объяснительно-иллюстративные (лекции), интерактивные (семинары-дискуссии, семинары-дебаты, семинары-конференции), аналитические (case-study), исследовательские (реферирование), креативные (разработка методики), мультимедийные (презентации) и рейтинговые технологии.

Цель практических занятий в рамках курса "Социальные медиа" - закрепление теоретических знаний, формирование умений и навыков использования возможностей социальных медиа в профессиональной сфере.

Семинары-"дискуссии" предполагают активное включение обучающихся процесс коллективного обсуждения заданной темы. Кроме развития критико-аналитического исследовательского мышления, умения правильно формулировать, аргументировать и отстаивать свою точку зрения, способности внимательно выслушивать своих оппонентов, семинар-"дискуссия" способствует усилению интереса студентов к изучаемой проблеме.

Семинары-дебаты позволяют студентам осознать себя не только потребителем, но и распространителем нового знания и ощутить значимость своей индивидуальной познавательной деятельности. При этом развивается умение не противоречить своему партнеру, расширять и дополнять мысли в ходе общей деятельности для достижения единых целей за счет самостоятельного поиска аргументов для подтверждения своей позиции.

Семинары-конференции как интерактивная образовательная технология предполагает демонстрацию и обсуждение более глубоких самостоятельных исследований какой-либо проблемы, проводимых студентами в рамках заданной тематики.

Занятия-"презентации" способствуют отработке навыков публичного выступления, самопрезентации и электронной презентации результатов исследования.

Кейс-технологии - технологии интерактивно-аналитического обучения, предполагающие развитие способности прорабатывать и обсуждать различные проблемные ситуации, находить выход из них на основании полученных знаний.

Креативная технология, представляющая собой разработку методики применения возможностей соцмедиа в профессиональной сфере, способствует не только формированию профессиональных компетенций, но и творческой метакомпетенции.

Самостоятельная работа студентов предполагает подготовку к практическим занятиям на основании материалов лекций и рекомендованных программой учебников, учебных пособий и электронных ресурсов, подготовку к прохождению теста, подготовку докладов, подготовку видео-презентации, выполнение итоговой работы на закрепление пройденного материала, составление словарей социальных медиа, написание и защиту рефератов.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Интернет как коммуникационная среда

устный опрос , примерные вопросы:

1. Возникновение и основные этапы развития сети Интернет. 2. Принципы функционирования сети Интернет. 3. Интернет как СМК. 4. Природа Веб. Веб-эволюция. Задания для самостоятельной работы: Подготовить аналитический обзор отличий, существующих между сервисами Веб 1.0 и Веб 2.

Тема 2. Социальные медиа в сети Интернет

устный опрос , примерные вопросы:

1. Отличие социальных медиа от традиционных медиа. 2. Преимущества использования Web 2.0. 3. Факторы социальных медиа. 4. Принципы функционирования социальных медиа. 5. Коллективное авторство в социальных медиа. 6. Формы социальных медиа. Задания для самостоятельной работы: 1. Подготовиться к участию в дискуссии на тему равенства/неравенства прав участников-пользователей социальных медиа. 2. Подготовиться к участию в дискуссии на тему принадлежности авторских прав на коллективных продукт социальных медиа. 3. Подготовиться к участию в дебатах на тему плюсов и минусов использования социальных медиа.

Тема 3. Сервисы социальных медиа

устный опрос , примерные вопросы:

1. Интернет-форумы как социальные медиа. 2. Новостные социальные сайты как социальные медиа. 3. Сайты доступа как социальны медиа. 4. Сайты вопросов и ответов как социальные медиа. 5. Блог-сервисы как социальные медиа. 6. Подкастинг. 7. Wiki-сервисы как социальные медиа. 8. Социальные закладки как социальные медиа. 9. Онлайн-игры как социальные медиа. Задания для самостоятельной работы: 1. Подготовиться к участию в семинаре-конференции ?Возможности современных социальных веб-ресурсов?. 2. Подготовить ролик и фотографии о студенческой жизни для публикации на сайтах доступа. 3. Написать текст для блога. 4. Подготовить текст для публикации в среде МедиаВики. 5. Отслеживать статистику посещаемости самостоятельно созданной группы.

Тема 4. Социальные объекты в Интернет.

письменная работа , примерные вопросы:

1. Принципы конструирования социальной реальности. 2. Механизмы создания сетевого сообщества. 3. Особенности функционирование социальной сети. 4. Социальные сети как социальные медиа. Задания для самостоятельной работы: 1. Обсудить одну из актуальных тем курса на Интернет-форуме. 2. Подготовить реферат по данной теме с использованием теоретического материала и материала, полученного в результате анализа мнений пользователей

Тема 5. Социальные медиа в профессиональной деятельности

домашнее задание , примерные вопросы:

1. Социальные медиа как ресурс рекламной и PR-деятельности. 2. Социальные медиа как инструмент рекламной и PR-деятельности. 3. Рекламный и PR ?текст? в социальных медиа. 4. Модели работы с социальными сетями. Задание для самостоятельной работы. Разработать словарь терминов, используемых в социальной Интернет-коммуникации

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

Вопросы к зачету

1. Интернет как СМК.
2. История социальных медиа.
3. Отличия социальных медиа от традиционных СМИ.
4. Функции социальных СМИ.
5. Веб как платформа.
6. Основные принципы Веб 2.0.
7. Классификация Веб 2.0 сервисов.
8. Ролевые особенности участников Веб 2.0.
9. Блоги: виды, функции, возможности профессионального применения.
10. Достоинства и недостатки Веб 2.0.
11. Факторы социализации Веб 2.0.
12. Особенности работы с блогами.
13. Понятие сетевого сообщества в социальных медиа.
14. Особенности генерации контента в социальных медиа.
15. Принципы построения сообщества в социальной сети.
16. Особенности создания коллективного контента.
17. Базовые особенности сетевой коммуникации.
18. Технические особенности социальных медиа.
19. Особенности создания "сильного" аккаунта.
20. Принципы тэгирования в социальных медиа.
21. Проблемы и недостатки Веб 2.0.
22. Принципы действия социальных сетей в Интернет.
23. Принципы создания пользовательского контента.
24. Виртуальные игры и виртуальная реальность.
25. Wiki-сервисы как социальные медиа.

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Э. Тоффлер об информационном обществе.
2. М. Маклюэн и его представление о медиа.
3. Информационное общество М. Кастельса.
4. Эволюция моделей технической инновации.
5. СМИ и социальная организация.
6. Традиционные СМИ в условиях "интернетизации".
7. Социальное значение новых медиа.
8. Пользователь в парадигме Веб 2.0
9. Факторы эффективности толпы.
10. СМИ как "самодетельные медиа".
11. Антропо-пространство Веб 2.0.
12. Креативность массового пользователя.
13. Принципы креативности в социальных медиа.

14. Интерактивность - дисциплинарная технология социальных медиа.
15. Фолксномия в организации контента.
16. Феномен блогосферы.
17. Текст в глобальной сети.
18. Фоловеры и аудитория в социальных медиа.
19. Концепция "экономики дарения" (gift economy) Дж.Ритцера
20. Концепция "викиномики" (wikinomics) Т. Тарпскота и Г. Уильямса
21. Сообщества обмена знаниями в социальных медиа.
22. Киберпространство и виртуальная реальность.
23. Манипуляция в современном медиапространстве.
24. Стилистика Интернет-коммуникации.
25. Нетикет общения в сети.
26. Идеологические функции социальных медиа.
27. Цензура и социальные СМИ.
28. Психологические феномены неформальной интернет-коммуникации.
29. Психологические феномены деловой Интернет-коммуникации.
30. Фото- и видеохостинг как вид деятельности социальных медиа.
31. Проблема личного и публичного в контенте социальных медиа.
32. "Бесконечная бета" сетевого процесса.
33. Политика конфиденциальности социальных медиа.
34. Блогосфера - внутренний голос "глобального мозга".
35. Коллективный разум как информационный фильтр в социальных медиа.
36. Социальные медиа и политика.

7.1. Основная литература:

- Дзялошинский И.М. Журналистика соучастия. Как сделать СМИ полезными людям? - М.: 2006.
2. Силаева В. Л. Интернет как социальный феномен. / "Социологические исследования", ♦ 11, Ноябрь 2008.
- 3.Тихонова С.В. Коммуникационная революция сегодня: информация и сеть / "Полис", ♦ 3, 2007.
- 4.Тоффлер Э. Третья волна. - М.: АСТ, 2004.
- 5.Ahonen, T. and A. Moore. Communities Dominate Brands. - Futuretext, 2005.

7.2. Дополнительная литература:

1. Гнатюк О. Л. Основы теории коммуникации : учебное пособие / О. Л. Гнатюк. ? М. : КноРус, 2010. ? 256 с.
2. Далворт М. Социальные сети. Руководство по эксплуатации. - М.: Хорошая книга. - 248 с.
3. Жилавская И. Информальные медиа / "Медиаобразование: от теории - к практике", сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции "Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой информации". - Томск, 20-21 ноября 2007. [Электронный документ]. - Режим доступа: http://www.4cs.ru/materials/wp-id_396/
4. Патаракин Е. Д. Социальные сервисы Веб 2.0 в помощь учителю / Е. Д. Патаракин - 2-е изд., испр. - М: Интуит.ру, 2007. - 64 с. : ил. - (Учебно-методическое пособие)
5. Попов А. Блоги. Новая сфера влияния. - М.: Манн, Иванов и Фербер. 2008. - 336 с.
6. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации / М.: Смартбук, 2008.
7. Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция. - М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006. - 416 с.
8. Силаева В. Л. Интернет как социальный феномен./ "Социологические исследования", ♦ 11, Ноябрь 2008.

9. Смирнов Ф.О. Искусство общения в Интернет. Краткое руководство. - М.: Издательский дом "Вильямс", 2006. - 240 с.
10. Сорокина Е., Федотченко Ю., Чабаненко К. В социальных сетях. Twitter - 140 символов самовыражения. - СПб: Питер, 2011 - 144 с.
11. Тихонова С.В. Коммуникационная революция сегодня: информация и сеть / "Полис", ♦ 3, 2007.
12. Флинн Н. Корпоративны блоги: правила поведения. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. - 320 с.
13. Черных А.И. Мир современных медиа, М.: Территория будущего, 2007.
14. Ющук Е.Л. Блог: создать и раскрутить. - М: Вершина, 2008. - 168 с.
15. Evans D. Social Media Marketing: an hour a day.
16. TheSocial Media Bible. USA. 2010
17. Gilling P., Moore A. Geoffrey The New Influencers:A Marketer's Guide to the Social Media. Linden Publishing, 2009
18. Kerpen D. Likable social media: how to delight your customers, create an irresistable brand and be generally amazing on Facebook (and other social networks). - McGraw-Hill Professional. 2011.
19. Newson A. Blogging and Other Social Media: Exploiting the Technology and Protecting the Enterprise. Gower Publishing, 2009
20. Brogan Ch. Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business. 2010
21. Hollie C. Social Media in Telecommunications. 2010
22. Topper H. Everything You Ever wanted to Know about Social Media, but were afraid to ask? Building Your Business Using Consumer Generated media. 2009
23. Wollan R., Smith N. The Social Media Manadgement Handbook: Everything You Need to Know to Get Social Media Working in Your Business. Willey publishing, 2011
24. Hassan R., Thomas J. The New Media Theory Reader. England. Open University Press, 2006.

7.3. Интернет-ресурсы:

Жилавская И. Информальные медиа / ?Медиаобразование: от теории ? к практике?, сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции ?Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой информации?. ? Томск, 20-21 ноября 2007. - http://www.4cs.ru/materials/wp-id_396/

Информационно-консалтинговая компания ?Галап-Медиа?) - www.gallup.ru

Качаев А. ?Маркетинг в социальных сетях? - тотальное заблуждение. / Искусство современной веб-разработки, 18.02.2009. -

<http://www.kachayev.ru/2008/09/25/marketing-v-socialnyx-setyax-totalnoe-zabluzhdenie/>

Подоляк М. Список инструментов интернет-маркетинга в 2008 году. Комплексный интернет-маркетинг / Интернет-маркетинг. Блог Марии Подоляк, 04.09.2008. -

<http://www.marysam.com/internet-marketing-tools>

Подоляк М. Управление репутацией компании в интернете. С чего начать? / Интернет-маркетинг. Блог Марии Подоляк, 31.10.2008. -

<http://www.marysam.com/monitoring-reputacii-kompanii-v-internete-organizaciya-raboty>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Освоение дисциплины "Социальные медиа" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 040700.62 "Организация работы с молодежью" и профилю подготовки не предусмотрено .

Автор(ы):

Никитина Т.И. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Бурганова Лариса Адгасовна _____

"__" _____ 201__ г.