

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"  
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций  
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Д.А. Таюрский

« 01 » июня 2021 г.

*подписано электронно-цифровой подписью*

## Программа дисциплины

Приемы журналистики в социальных сетях

Направление подготовки: 42.03.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Мультимедийная журналистика

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2021

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
  - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
  - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и): доцент, к.н. (доцент) Симкачева М.В. (кафедра национальных и глобальных медиа, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), msimkach@yandex.ru

### 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-3	Способен создавать и управлять информационными ресурсами, создавать информационные материалы для сайта, редактировать информацию на сайте, контролировать наполнение сайта, локальные изменения структуры сайта, анализировать информационные потребности посетителей сайта, поддерживать процессы модернизации и продвижения сайта

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- методы работы журналиста, инструментарий журналиста, источники информации в современной системе массовых коммуникаций.

Должен уметь:

использовать в работе социальные сети как медиоплатформы, источник информации и инструмент поиска информации

Должен владеть:

- коммуникационными инструментами социальных медиа;  
- современными методами анализа данных.

Должен демонстрировать способность и готовность:

применять полученные знания в практической работе SMM-специалиста.

### 2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.В.ДВ.04.01 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.02 "Журналистика (Мультимедийная журналистика)" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 4 курсе в 8 семестре.

### 3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) на 108 часа(ов).

Контактная работа - 32 часа(ов), в том числе лекции - 16 часа(ов), практические занятия - 16 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 76 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 8 семестре.

#### 4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

##### 4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Се- местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само- стоя- тель- ная ра- бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи- ческие занятия, всего	Практи- ческие в эл. форме	Лабора- торные работы, всего	Лабора- торные в эл. форме	
1.	Тема 1. Журналистика и социальные сети. Основные понятия курса: журналистика, новые медиа, социальные сети.	8	2	0	2	0	0	0	8
2.	Тема 2. Социальные сети как инструмент в работе российского журналиста.	8	2	0	2	0	0	0	8
3.	Тема 3. Функции социальных сетей в интернет-журналистике.	8	2	0	2	0	0	0	8
4.	Тема 4. Социальные сети и блоги как информационный медиаресурс.	8	2	0	2	0	0	0	8
5.	Тема 5. Продвижение в социальных сетях.	8	2	0	2	0	0	0	8
6.	Тема 6. Реклама в социальных сетях.	8	2	0	2	0	0	0	8
7.	Тема 7. Форматы присутствия в социальных сетях.	8	2	0	2	0	0	0	8
8.	Тема 8. Таргетированная реклама.	8	2	0	0	0	0	0	8
9.	Тема 9. Контент-стратегия.	8	0	0	2	0	0	0	12
	Итого		16	0	16	0	0	0	76

##### 4.2 Содержание дисциплины (модуля)

###### Тема 1. Журналистика и социальные сети. Основные понятия курса: журналистика, новые медиа, социальные сети.

Медиа цифровой эпохи. Терминология курса: журналистика, новые медиа, соцмедиа, "фейковые" новости, методы работы журналиста, инструментарий журналиста, источники информации. Трансформация современной системы коммуникации. влияние соцсетей на журналистику. аккаунты в социальных сетях как источник информации, SMM-службы: эффективность их работы.

###### Тема 2. Социальные сети как инструмент в работе российского журналиста.

Инструментарий работы журналиста. Социальная сеть как медиaplatforma. Социальные сети - источник информации и инструмент поиска информации. Проверка информации, полученной из соцсетей. Использование информации из соцсетей. digital media и работа с социальными сетями. Распространение медийного контента и нахождение экспертов в социальных сетях.

###### Тема 3. Функции социальных сетей в интернет-журналистике.

Функциональные особенности соцмедиа. Функции социальных сетей:

1. Глобальное и сиюминутное распространение информации;
2. Бесплатное и дешевое распространение контента;
3. Четкое выделение целевой аудитории - по возрасту, интересам и так далее;
4. Возможность контактировать с кем угодно - подружиться с известным человеком и взять у него интервью, или опубликовать его статью на своем сайте.

###### Тема 4. Социальные сети и блоги как информационный медиаресурс.

Социальные сети в системе массовых коммуникаций. Социальные медиа в связи с распространением новых форматов коммуникации. Цифровые способы обработки информации, информационный обмен элементами информационно-коммуникационной системы, интерактивность коммуникации. Какие бывают соцсети. Виды социальных сетей: классификация.

###### Тема 5. Продвижение в социальных сетях.

Коммуникационные инструменты соцмедиа. Что такое SMM. SMM (Social Media Marketing) - это инструмент для клиентов и продаж из социальных сетей. Работа SMM-специалиста. Функции SMM-специалиста. Системный подход в SMM.

SMM-стратегия. SMM-стратегия - план достижения бизнес-целей компании при помощи социальных сетей.

#### **Тема 6. Реклама в социальных сетях.**

Реклама в социальных сетях: виды. Реклама в популярных группах. Виды рекламы. Таргетированная реклама. Контекстная реклама. Настройка таргетированной рекламы. SMM-продвижение в социальных сетях Вконтакте, Facebook и др. Копирайтинг. SEO-копирайтинг. Создание контента и ведение сообществ в социальных сетях и мессенджерах. Специалист таргетолог.

#### **Тема 7. Форматы присутствия в социальных сетях.**

Коммерческий формат (продажи): рекламный контент, каталоги, коммерческое предложение. Особенности создания.

Формат по интересам (целевая аудитория): тематический контент по интересам разных целевых групп (кулинария, домоводство, цветоводство, рыбалка и др.) с целью дальнейшего вовлечения в группу аудитории, привлечения клиентов и дальнейшего добавления рекламы.

Смешанный формат (тематический контент и коммерческий контент).

#### **Тема 8. Таргетированная реклама.**

Таргетированная реклама в социальных сетях - это тексто-графические объявления, которые видят только те пользователи, которые соответствуют определенным критериям: пол, возраст, география и т.д.

Модели оплаты за рекламу в социальных сетях:

CPC - оплата за клик

CPM - оплата за 1000 показов

оплата за взаимодействие (комментарий, лайк, репост, просмотр фото или видео) - доступна в facebook и instagram

Факторы влияния на цену:

соответствие контента выбранной аудитории;

количество текста на изображении;

уровень конкуренции.

Продвижение публикаций.

#### **Тема 9. Контент-стратегия.**

Базовая контент-стратегия для социальных сетей:

- типы публикаций (вид контента).

- тематика, формат и особенности создания постов.

- количественное распределение публикаций.

Виды контента:

- Обучающий контент.

Продающий контент.

Коммуникативный контент.

Новостной контент.

Репутационный контент.

Развлекательный контент.

### **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

## 6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

## 7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

## 8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

livejournal.com - <https://www.gazeta.ru/tech/online-smi/>

rutube.ru - <https://news.pressfeed.ru/>

<http://bestapp.menu/rekomenduemye-sajty/> - <https://news.pressfeed.ru/5-luchshix-statej-o-tom-kak-pisat-longrid/>

## 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Лекционный материал направлен на теоретическое и практическое овладение основами работы журналиста с социальными сетями: от основных понятий курса: контент-маркетинг, кросс-маркетинг, телемаркетинг, email-маркетинг, поисковый маркетинг, сноуфол, лонгрид, SMM, нативная реклама, до овладения приемами работы медиаспециалиста с социальными сетями.



Вид работ	Методические рекомендации
<p>практические занятия</p>	<p>В ходе практических занятий отрабатываются практические навыки и формируются личные качества, важные для работы с социальными сетями.</p> <p>Личные качества:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Критическое мышление. Самое главное для любого журналиста - это открытое сознание и широта взглядов. Умение мыслить критически на этапе сбора данных означает: до конца не верить найденной информации, расширять круг источников, относиться к каждому источнику с долей скептицизма. Важно дать полную картину события, опирающуюся на несколько проверенных источников информации.</li> <li>2. Навык общения, работа в команде. Если данных слишком много, а для их дальнейшей визуализации требуются программист и дизайнер, журналисту необходимо уметь налаживать контакты в коллективе. Командная работа особенно важна в журналистике данных, так как практически ни один дата-журналистский материал не создается журналистом в одиночку. Журналисту необходимо грамотно делегировать обязанности по написанию кода или созданию иллюстраций, а самому сосредоточиться на данных и построении рассказа для аудитории. Взаимодействие со всеми, кто заинтересован в анализе данных.</li> <li>3. Многоуровневое решение проблем. Работа с данными непредсказуема, поэтому необходимо в точности знать, как получить данные, понять их, найти сюжет, решить задачу программирования, найти нужных людей для выполнения конкретных задач.</li> <li>4. Креативность. На этапе представления данных важно умение интересно визуализировать, находить новые формы представления информации, удивлять читателей.</li> <li>5. Настойчивость. 'Не удовлетворяйтесь ответом 'нет', когда речь идет о прозрачности. Будьте настойчивы и не переставайте следить за ходом событий. Ситуация может измениться и с течением времени вы можете получить данные, которые не могли получить вначале', - Бриджит Алфтер, Journalismfund.eu. Необходимо задавать такие вопросы: 'Имеется ли тут эксклюзив?', 'Все ли цифры важны и точны?', 'Они доказывают или опровергают факты?'.</li> <li>6. Внимательность и умение видеть главное. 'Сырые' данные могут находиться в неожиданных местах, поэтому нужно проявлять особую внимательность при работе. Необходимо уметь отделять главное от второстепенного, видеть взаимосвязи и объединять важные данные, а также внимательно изучать результаты анализа на предмет адекватности. Опытные дата-журналисты советуют проводить анализ два или три раза, а также привлечь коллегу, чтобы проанализировать данные отдельно друг от друга, а затем сравнить результаты.</li> </ol>
<p>самостоятельная работа</p>	<p>Самостоятельная работа включает:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучение литературы по курсу.</li> <li>2. Изучение научных подходов теоретиков.</li> <li>3. Освоение технологий, необходимых специалисту таргетологу.</li> <li>4. Нарботка собственных практических навыков создания соответствующих материалов, ориентация в программном обеспечении.</li> <li>5. Саморефлексия.</li> </ol>

Вид работ	Методические рекомендации
зачет	<p>Вопросы к зачету:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Медиа цифровой эпохи. Терминология курса: журналистика, новые медиа, соцмедиа, "фейковые" новости, методы работы журналиста, инструментарий журналиста, источники информации.</li> <li>2. Трансформация современной системы коммуникации. влияние соцсетей на журналистику. аккаунты в социальных сетях как источник информации, SMM-службы: эффективность их работы.</li> <li>3. Социальные сети как инструмент в работе российского журналиста</li> <li>4. Инструментарий работы журналиста.</li> <li>5. Социальная сеть как медиоплатформа. Социальные сети - источник информации и инструмент поиска информации.</li> <li>6. Проверка информации, полученной из соцсетей. Использование информации из соцсетей. digital media и работа с социальными сетями. Распространение медийного контента и нахождение экспертов в социальных сетях.</li> <li>7. Функции социальных сетей в интернет-журналистике.</li> <li>8. Социальные сети и блоги как информационный медиаресурс.</li> <li>9. Цифровые способы обработки информации, информационный обмен элементами информационно-коммуникационной системы, интерактивность коммуникации.</li> <li>10. Виды социальных сетей: классификация.</li> <li>11. Продвижение в социальных сетях. SMM (Social Media Marketing)</li> <li>12. Реклама в социальных сетях: виды.</li> <li>13. Реклама в популярных группах. Виды рекламы. 14. Таргетированная реклама.</li> <li>15. Контекстная реклама. Настройка таргетированной рекламы. 16. SMM-продвижение в социальных сетях Вконтакте, Facebook и др.</li> <li>17. Копирайтинг. SEO-копирайтинг. Создание контента и ведение сообществ в социальных сетях и мессенджерах. Специалист таргетолог.</li> <li>18. Форматы присутствия в социальных сетях.</li> <li>19. Коммерческий формат (продажи): рекламный контент, каталоги, коммерческое предложение. Особенности создания.</li> <li>20. Формат по интересам (целевая аудитория): тематический контент по интересам разных целевых групп (кулинария, домоводство, цветоводство, рыбалка и др.) с целью дальнейшего вовлечения в группу аудитории, привлечения клиентов и дальнейшего добавления рекламы.</li> <li>21. Смешанный формат (тематический контент и коммерческий контент).</li> <li>22. Продвижение публикаций.</li> <li>23. Базовая интернет-стратегия для социальных сетей</li> </ol>

#### **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

#### **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

Специализированная лаборатория.

#### **12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:



- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.03.02 "Журналистика" и профилю подготовки "Мультимедийная журналистика".

Приложение 2  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.04.01 Приемы журналистики в социальных сетях

**Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

Направление подготовки: 42.03.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Мультимедийная журналистика

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2021

**Основная литература:**

Социальные сети: новые технологии управления миром [Электронный ресурс] / Филь М. - М. : Университет 'Синергия', 2016. - 192 с. Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785425702227.html>

Интернет-коммуникация как новая речевая формация [Электронный ресурс] : колл. монография / науч. ред. Т. Н. Колокольцева, О. В. Лутовинова. - М. : ФЛИНТА : Наука, 2012.- 328 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=455323>

Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / Акулич М.В. - М.: Дашков и К, 2016. - 352 с. ISBN 978-5-394-02474-0 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/541640>

Щербачев А.Ю., Интернет-аналитика. Поиск и оценка информации в web-ресурсах. Практическое пособие. - М.: Книжный мир, 2012. - 78 с. - ISBN 978-5-8041-0569-4 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785804105694.html>

**Дополнительная литература:**

SEO - искусство раскрутки сайтов: Пособие / Энж Э., Спенсер С., Фишкин Р., - 2-е изд., перераб. и доп. - СПб:БХВ-Петербург, 2014. - 688 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/943461>

SEO - искусство раскрутки сайтов: Самоучитель / Энж Э. - СПб:БХВ-Петербург, 2017. - 816 с.: ISBN 978-5-9775-3686-8 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/978493>

Ловушка для внимания: Как вызвать и удержать интерес к идее, проекту или продукту: Учебное пособие / Парр Б. - М.:Альпина Пабл., 2016. - 276 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-9614-4988-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/914164>

Приложение 3  
к рабочей программе дисциплины (модуля)  
Б1.В.ДВ.04.01 Приемы журналистики в социальных сетях

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 42.03.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Мультимедийная журналистика

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2021

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе Издательства "Лань", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС Издательства "Лань" включает в себя электронные версии книг издательства "Лань" и других ведущих издательств учебной литературы, а также электронные версии периодических изданий по естественным, техническим и гуманитарным наукам. ЭБС Издательства "Лань" обеспечивает доступ к научной, учебной литературе и научным периодическим изданиям по максимальному количеству профильных направлений с соблюдением всех авторских и смежных прав.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "Консультант студента", доступ к которой предоставлен обучающимся. Многопрофильный образовательный ресурс "Консультант студента" является электронной библиотечной системой (ЭБС), предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Полностью соответствует требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования к комплектованию библиотек, в том числе электронных, в части формирования фондов основной и дополнительной литературы.