

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: Врио ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 11.07.2023 16:51:57

Уникальный программный ключ:

b2fd765521f4c570b8c6e8e502a10b4f1de8ae0d

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт Институт менеджмента

Кафедра Прикладной информатики

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 11 от 30 мая 2023 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | Б1.В.ДЭ.03.01 Технологии работы в социальных сетях |
| Основная профессиональная образовательная программа | 38.03.02 Менеджмент программа Проектное управление и бизнес-администрирование |

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Технологии работы в социальных сетях входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору) блока Б1.Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Философия, История России, Математические методы в экономике

Последующие дисциплины по связям компетенций: Оценка стоимости бизнеса, Управление рисками, Антикризисное управление

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Технологии работы в социальных сетях в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Универсальные компетенции (УК):

УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине | | |
|--|--|---|--|
| УК-1 | УК-1.1: Знать: | УК-1.2: Уметь: | УК-1.3: Владеть (иметь навыки): |
| | процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования информации для организации процесса принятия решения | сопоставлять разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений для решения поставленных задач | навыками находить рациональные идеи для решения поставленных задач |

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

| Виды учебной работы | Всего час/ з.е. |
|--|-----------------|
| | Сем 4 |
| Контактная работа, в том числе: | 36.15/1 |
| Занятия лекционного типа | 18/0.5 |
| Лабораторные работы (лабораторный практикум) | 18/0.5 |
| Индивидуальная контактная работа (ИКР) | 0.15/0 |
| Самостоятельная работа: | 53.85/1.5 |
| Промежуточная аттестация | 18/0.5 |
| Вид промежуточной аттестации: | |
| Зачет | Зач |
| Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы | 108 |
| Зачетные единицы | 3 |

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Технологии работы в социальных сетях представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий Очная форма обучения

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Контактная работа | | | | Самостоятельная работа | Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе |
|--------------|---|-------------------|---------------------------|-------------|-----|------------------------|--|
| | | Лекции | Занятия семинарского типа | ИКР | ГКР | | |
| | | | Лаборат. работы | | | | |
| 1. | Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет-технологиях. Блоги и социальные сети. | 8 | 8 | | | 20 | УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3 |
| 2. | Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы | 10 | 10 | | | 33.85 | УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3 |
| Контроль | | 18 | | | | | |
| Итого | | 18 | 18 | 0.15 | | 53.85 | |

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

| №п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Вид занятия лекционного типа* | Тематика занятия лекционного типа |
|------|---|-------------------------------|---|
| 1. | Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет-технологиях. Блоги и социальные сети. | лекция | Развитие электронной коммуникации. Количественные и качественные характеристики социальных сетей. |
| | | лекция | Социальные сети как форма общественного диалога и массовых коммуникаций |
| | | лекция | Понятия и виды социальных сетей. Социальные сети общей тематики. |
| | | лекция | Международные соцсети в основном с русскоязычной аудиторией. Сети для обмена мгновенными |

| | | | |
|----|--|--------|--|
| | | | сообщениями, блоги. Деловые, профессиональные соцсети. |
| 2. | Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы | лекция | Поисковые инструменты для работы в WWW. Основные способы поиска информации. Основные виды Интернет - поиска. Программные компоненты поисковых систем. |
| | | лекция | Уровни правового регулирования Интернета. Основные законодательные акты РФ, регулирующие Интернет-деятельность. Международное регулирование Интернета. Межгосударственные проблемы использования Интернета. Защита сетевых электронных публикаций. Влияние воздействия социальных сетей на трансформацию мышления пользователей. |
| | | лекция | Организация вычислительных процессов в облачных технологиях. |
| | | лекция | Электронное правительство. |
| | | лекция | Электронные платежные системы. |

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

| №п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Вид занятия семинарского типа** | Тематика занятия семинарского типа |
|------|--|---------------------------------|--|
| 1. | Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет-технологиях. Блоги и социальные сети | лабораторные работы | Области использования социальных сетей для конкретных целей и задач. |
| | | лабораторные работы | Области использования социальных сетей для конкретных целей и задач.(продолжение) |
| | | лабораторные работы | Поиск информации для разработки своего сайта. |
| | | лабораторные работы | Разработка структуры своего сайта |
| 2. | Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы | лабораторные работы | Создания сайта, используя любой из бесплатных конструкторов, доступных в сети Интернет |
| | | лабораторные работы | Изучить возможности расширенного поиска и языка запросов наиболее популярных поисковых систем Яндекс и Google. |
| | | лабораторные работы | Использование нескольких поисковых систем для достижения лучшего результата |
| | | лабораторные работы | Расширенный поиск и сложные запросы для поиска информации |

| | | | |
|--|--|---------------------|--|
| | | лабораторные работы | Работа с офисными документами в облаке Предоставление доступа к совместной работе с офисными документами в облаке |
|--|--|---------------------|--|

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

| №п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Вид самостоятельной работы *** |
|------|--|--|
| 1. | Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет-технологиях. Блоги и социальные сети | - подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование |
| 2. | Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы | - подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование |

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

1. Чугунов, А. В. Социальная информатика : учебник и практикум для вузов / А. В. Чугунов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09010-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511993>

2. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510978>

Дополнительная литература

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958>

2. Бузукова, Е. А. Категорийный менеджмент. Теоретические основы : учебник для вузов / Е. А. Бузукова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14458-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520156>

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

| | |
|---|---|
| Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа | Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран |
| Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа) | Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |
| Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций | Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |
| Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации | Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |
| Помещения для самостоятельной работы | Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |
| Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования | Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования |

5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

| | |
|---|---|
| Лаборатория информационных технологий в профессиональной деятельности | Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интрнет» и ЭИОС СГЭУ Лабораторное оборудование |
|---|---|

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Технологии работы в социальных сетях:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

| Вид контроля | Форма контроля | Отметить нужное знаком « + » |
|------------------------|---------------------|------------------------------|
| Текущий контроль | Оценка докладов | + |
| | Тестирование | + |
| | Практические задачи | + |
| Промежуточный контроль | Зачет | + |

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Универсальные компетенции (УК):

УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине | | |
|--|--|---|--|
| | УК-1.1: Знать: | УК-1.2: Уметь: | УК-1.3: Владеть (иметь навыки): |
| | процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования информации для организации процесса принятия решения | сопоставлять разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений для решения поставленных задач | навыками находить рациональные идеи для решения поставленных задач |
| Пороговый | - теоретические основы поиска, критического анализа и синтеза информации | - формулирует цели поиска и анализа информации | - навыки осуществления критического анализа информации на основе системного подхода; |

| | | | |
|--|--|--|---|
| Стандартный (в дополнение к пороговому) | - современные источники информации | - выбирает источники информации | - навыки нахождения источников информации |
| Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному) | - сущность системного подхода для решения поставленных задач | - использует информационно - коммуникационные технологии для поиска информации | - опыт применения научно-исследовательских знаний в профессиональной деятельности |

6.3. Паспорт оценочных материалов

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе | Вид контроля/используемые оценочные средства | |
|-------|---|---|---|---------------|
| | | | Текущий | Промежуточный |
| 1. | 1. Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет - технологиях. Блоги и социальные сети | УК-1.1, УК-1.2, УК- 1.3 | Оценка докладов Лабораторные задания Тестирование | Зачет |
| 2. | 2. Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы | УК-1.1, УК-1.2, УК- 1.3 | Оценка докладов Лабораторные задания Тестирование | Зачет |

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

| Раздел дисциплины | Темы |
|---|--|
| 1. Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет - технологиях. Блоги и социальные сети | 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. |

| | |
|--|--|
| | <p>7. Специфика социальной сети Twitter: аудитория, инструменты, типы контента.</p> <p>8. Специфика социальной сети Instagram: аудитория, инструменты, типы контента.</p> <p>9. Реклама в социальной сети Вконтакте: возможности таргетирования, форматы рекламы, понятие посева.</p> <p>10. Рекламная платформа «My Target»: возможности таргетирования, форматы рекламы, площадки для размещения рекламы, нативные форматы рекламы, стратегии расходования бюджета рекламной компании.</p> |
| <p>2. Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы</p> | <p>11. Этапы разработки SMM-стратегии.</p> <p>12. Определение целевой аудитории и задач присутствия организации в социальных сетях</p> <p>13. Критерии подбора социальной сети для размещения контента организации</p> <p>14. Определение поведенческих особенностей аудитории, разработка контент-плана</p> <p>15. Типы контента социальных сетей</p> <p>16. Составление календарного плана и определение необходимых ресурсов для продвижения организации в социальных сетях</p> <p>17. PR-текст как один из элементов презентации организации или товара в аудитории социальных сетей.</p> <p>18. Основные термины и показатели эффективности PR в социальных сетях.</p> <p>19. Анализ эффективности PR в социальных сетях.</p> <p>20. Критерии оценки эффективности PR в социальных сетях.</p> |

Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций
<https://lms2.sseu.ru/course/view.php?id=1906>

Как называется первая социальная сеть, появившаяся в России в 2005 году...

- 1) Мой круг;
- 2) ВКонтакте;
- 3) Одноклассники;
- 4) Google;
- 5) Flickr.

2. Какая из перечисленных ниже социальных сетей является массовой?

- 1) Free-lance. ru;
- 2) Facebook;
- 3) LinkedIn;
- 4) Профессионалы. ru;
- 5) RB. ru.

3. Какая из социальных сетей в России занимает лидирующее положение по числу зарегистрировавшихся пользователей?

- 1) ВКонтакте;
- 2) Twitter;
- 3) Одноклассники;
- 4) Мой круг;
- 5) Facebook,

4.Какая из перечисленных ниже социальных сетей в большей мере будет способствовать популярности бренда, чья целевая аудитория - это подростки - учащиеся...

- 1) ВКонтакте;
- 2) Facebook;
- 3) Одноклассники;
- 4) Мой круг;
- 5) Google.

5.Какая из перечисленных ниже социальных сетей в большей мере будет способствовать популярности бренда, чья целевая аудитория - это женщины домохозяйки в возрасте от 30-ти до 50-ти лет.

- 1) ВКонтакте;
- 2) Facebook;
- 3) Одноклассники;
- 4) Мой круг;
- 5) Google.

6.В социальной сети ВКонтакте существует несколько типов информационных полей, каждое из них имеет свои достоинства и недостатки: для создания необходимо иметь регистрацию в социальной сети, туда нельзя пригласить друзей по классической схеме, пользователи вступают только по собственному желанию, не имеет территориальной привязки, стена всегда закрыта для пользователей, есть возможность предложить новость через администратора. О чем идет речь?

- 1) аккаунт;
- 2) группа;
- 3) публичная страница;
- 4) мероприятие;
- 5) сообщество.

7.В социальной сети Facebook существует несколько типов информационных полей, каждое из них имеет свои достоинства и недостатки: для создания необходимо иметь регистрацию в социальной сети, вход может быть ограничен, одной из самых замечательных свойств является возможность рассылать сообщения всем участникам, возможность включать в себя приложения. О чем идет речь?

- 1) аккаунт;
- 2) группа;
- 3) страница;
- 4) мероприятие;
- 5) событие.

8.Бесплатное приложение, предназначенное для размещения в сети, обмена и обработки фотографий, а также публикации видеозаписей называется...

- 1) Picasa;
- 2) ВКонтакте;
- 3) Instagram;
- 4) OneNote;
- 5) PhotoShop.

9.Это свойство: возможность трансляции записей в другие социальные сети (для России это ВКонтакте, Facebook, Twitter, Foursquare, Tumblr, Flickr), - сделало Instagram - обычное на первый взгляд приложение одним из самых популярных...

- 1) Кросспостинг;
- 2) Виральность;
- 3) Фильтры;
- 4) Доступность;
- 5) Отсутствие рекламы.

10. Для аудитории данной социальной сети характерно превалирование мужчин среди пользователей (более 70%), ресурс пользуется популярностью у журналистов, блогеров, айтишников, селебрити. Этой аудитории крайне интересны все новинки.

- 1) Одноклассники;
- 2) ВКонтакте;
- 3) Twitter;
- 4) Facebook;
- 5) Instagram.

11. Какие из перечисленных ниже методик продвижения в Instagram относятся к искусственному привлечению подписчиков?

- 1) подписки и лайки;
- 2) платные публикации в Instagram;
- 3) конкурсы, скидки, бонусы;
- 4) использование отсроченных постов;
- 5) привлечение подписчиков через другие социальные сети.

12. Процесс верификации страницы (сообщества) ВКонтакте – это...

- 1) проверка уникальности данных на конкретной странице;
- 2) проверка аутентичности данных, размещаемых в социальной сети, данным официального сайта;
- 3) личный запрос администратора социальной сети к создателю страницы (сообщества);
- 4) проверки актуальности размещаемой на странице информации;
- 5) проверка страницы на подлинность и соответствие персоне или организации, стоящей за ней.

13. Какие требования необходимо соблюсти для успешной верификации сообщества в сети ВКонтакте?

- 1) не никаких особенных требований, достаточно простого обращения в группу технической поддержки;
- 2) наличие сообщества в социальной сети ВКонтакте, с названием, совпадающим с названием организации, наличие реальных контактов;
- 3) известность организации или бренда (многочисленные упоминания в СМИ, не менее 10 сообществ, выдающих себя за подлинное, с численностью от 5 тыс. участников), ответственное администрирование и ведение страницы;
- 4) известность организации или бренда (упоминания в СМИ, не менее одного сообщества, выдающего себя за подлинное), ответственное администрирование и ведение страницы;
- 5) известность организации или бренда (упоминания в СМИ, не менее 5 сообществ, выдающих себя за подлинное, с численностью от 1 тыс. участников), ответственное администрирование и ведение страницы;

14. Информационный канал, принцип работы которого заключается в показе объявления только тем категориям лиц, которые в нем заинтересованы - это...

- 1) Контекстная реклама;
- 2) Баннерная реклама;
- 3) Cookie-файл;
- 4) Френдинг;
- 5) Таргетированная реклама.

15. Каково ключевое отличие контекстной рекламы от таргетинга?

- 1) объявления показываются в соответствии с содержанием, контекстом страницы;
- 2) объявления демонстрируются в соответствии с географическим положением пользователя;
- 3) объявления показываются не в соответствии с содержанием страницы, а определенным группам пользователей;
- 4) объявления демонстрируются в соответствии с тематическими запросами пользователя;

5) объявления демонстрируются исключительно на конкретной странице.

16. Размещение на площадках выбранной целевой аудитории поста, побуждающего пользователей вступить в группу называется...

- 1) феррдинг;
- 2) ретаргетинг;
- 3) офферинг;
- 4) посев;
- 5) таргетинг;

17. Одним из принципов построения грамотных коммуникаций с аудиторией социальных сетей является компромисс. В случае, если один из участников группы (сообщества) оставил комментарий, используя нецензурную лексику, что запрещено правилами сообщества, необходимо...

- 1) сразу же удалить соответствующий комментарий;
- 2) удалить комментарий и добавить автора в черный список;
- 3) пожаловаться на автора комментария службе тех. поддержки социальной сети;
- 4) написать гневный комментарий, обвиняя автора в неправильном поведении;
- 5) попросить пользователя отредактировать комментарий в соответствии с правилами сообщества.

18. Кого называют «троллями» в социальных сетях?

- 1) неаккуратных пользователей;
- 2) пользователей, делающих множество грамматических и орфографических ошибок в сообщениях и комментариях;
- 3) пользователей, чьи страницы заполнены не полностью;
- 4) аккаунты, за которыми не кроется, реального пользователя;
- 5) пользователей социальной сети, которые пишут негативные сообщения о компании и намеренно провоцируют на конфликт.

19. Современные специалисты по работе в социальных сетях сформулировали несколько стратегий распространения контента. Одна из них называется 5-3-2. Что обозначает данная стратегия?

- 1) 5 новостей, 3 репоста из чужих групп; 2 рекламных сообщения;
- 2) 5 постов чужого контента, 3 поста собственного контента, 2 новости и рекламных сообщения;
- 3) 5 постов на основе чужого контента, 3 репоста чужого контента, 2 рекламных поста;
- 4) 5 постов рекламного характера, 3 поста интеллектуального характера, 2 поста развлекательного характера;
- 5) данная схема не имеет никакого отношения к маркетингу социальных сетей, это схема стратегии в футболе.

20. С точки зрения поведения в социальных сетях пользователей разделяют на несколько групп. Какое из представленных ниже описаний соответствует группе «создателей»?

- 1) пользуются форумами, высказывают свое мнение на специальных тематических площадках для обсуждения, на форумах кампаний, магазинов, редактируют записи;
- 2) добавляют метки (теги), участвуют в составлении рейтингов сайтов, используют RSS-потоки;
- 3) посещают сайты социальных сетей, пользуются интернет-дневниками (блогами);
- 4) ведут онлайн дневники (блоги), пишут и выкладывают в сеть статьи, обзоры, рецензии, свое видео, музыку или аудио собственного сочинения;
- 5) скачивают, прослушивают видео/аудио, читают новости, посещают рекомендованные сайты.

Практические задачи (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с электронным изданием, если имеется)

| Раздел дисциплины | Задачи |
|---|---|
| 1. Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет - технологиях. Блоги и социальные сети | <ol style="list-style-type: none"> 1. Области использования социальных сетей для конкретных целей и задач. 2. Работа в социальных сетях. 3. Разработка структуры своего сайта 4. Создания сайта, используя любой из бесплатных онлайн-конструкторов, доступных в сети Интернет |
| 2. Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы | <ol style="list-style-type: none"> 5. Изучить возможности расширенного поиска и языка запросов наиболее популярных поисковых систем Яндекс и Google. 6. Использование нескольких поисковых систем для достижения лучшего результата 7. Расширенный поиск и сложные запросы для поиска информации 8. Работа с офисными документами в облаке. Предоставление доступа к совместной работе с офисными документами в облаке. |

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

| Раздел дисциплины | Вопросы |
|---|---|
| 1. Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет - технологиях. Блоги и социальные сети | <ol style="list-style-type: none"> 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. 11. Способы описания целевой аудитории. 12. Способы оценки Интернет - аудитории. 13. Характерные черты Интернет - аудитории России. 14. Основные свойства электронного текста. Основные требования к электронным документам. 15. Понятие Интернет-рекламы, принцип Действия, задачи. |

| | |
|--|---|
| | <p>16. Основные виды и преимущества Интернет-рекламы.</p> <p>17. Основные характеристики Интернет-рекламы. Стандартный таргетинг.</p> <p>18. Основные типы ретаргетинга.</p> <p>19. Измерение эффективности рекламной Интернет-кампании.</p> <p>20. Контекстная реклама (текстовые объявления).</p> <p>21. Основные рекламные Интернет-форматы.</p> <p>22. Понятия: блог, блогосфера, блогер, блог-пост.</p> <p>23. Web 2.0. Блоги. Социальные сети. Wiki-технология.</p> <p>24. Вопросы информационной безопасности в сети. Электронная цифровая подпись.</p> |
| <p>2. Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы</p> | <p>25. Облачные Интернет-технологии в экономических системах, достоинства и недостатки.</p> <p>26. Модели обслуживания облачных вычислений.</p> <p>27. Хранение данных в облаке.</p> <p>28. Модели SaaS, PaaS, DaaS, IaaS.</p> <p>29. Обзор современных мобильных устройств. Критерии выбора устройства (внешние интерфейсы, ОС и т.д.).</p> <p>30. Мобильные приложения, практика работы с офисными пакетами (IOS, Android, Windows Mobile).</p> <p>31. Безопасность использования мобильных устройств.</p> <p>32. Электронные платежные системы. Интернет-банкинг.</p> <p>33. Электронные торговые площадки.</p> <p>34. Государственные и муниципальные электронные услуги.</p> |

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

| Оценка | Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы |
|--------------|---|
| «зачтено» | УК-1 |
| «не зачтено» | Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне |