

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

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

Дата подписания: 29.06.2023 10:09:01

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	43.03.02 Туризм программа Управление бизнесом в сфере туризма

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Самара 2023

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

Последующие дисциплины по связям компетенций: Оценка стоимости бизнеса, Реклама и связи с общественностью в туризме, Стратегический менеджмент, Экскурсоведение, Управление рисками, Консультационный проект, Музейно-выставочная деятельность, Технологии организации туроператорских и турагентских услуг, Гостиничный сервис, Туристско-рекреационное ресурсоведение

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 и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения	принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий	методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них; методиками постановки цели и определения способов ее достижения; методиками разработки стратегий действий при проблемных ситуациях

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-1 - Способен эффективно управлять деятельностью коллектива туристской организации на принципах толерантности к культурным различиям, непрерывного самосовершенствования и саморазвития

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-1	ПК-1.1: Знать:	ПК-1.2: Уметь:	ПК-1.3: Владеть (иметь навыки):
	методы и принципы управления коллективом туристской организации, методы и этапы	эффективно управлять деятельностью коллектива туристской организации, применять	навыками управления коллективом туристской организации на основе принципов толерантности к

	самосовершенствования и развития	принципы толерантности к культурным различиям, непрерывного самосовершенствования и саморазвития	культурным различиям, методами непрерывного самосовершенствования и саморазвития
--	----------------------------------	--	--

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, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3
2.	Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и	10	10			33.85	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3

	мобильные технологии. Электронные сервисы						
	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 организациями, 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.	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

	Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы	
--	---	--

*** 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 «Интернет» 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: процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения	УК-1.2: Уметь: принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий	УК-1.3: Владеть (иметь навыки): методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них; методиками постановки цели и определения способов ее достижения; методиками разработки стратегий действий при проблемных ситуациях
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

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-1 - Способен эффективно управлять деятельностью коллектива туристской организации на принципах толерантности к культурным различиям, непрерывного самосовершенствования и саморазвития

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-1.1: Знать: методы и принципы управления коллективом туристской организации, методы и этапы	ПК-1.2: Уметь: эффективно управлять деятельностью коллектива туристской организации, применять принципы	ПК-1.3: Владеть (иметь навыки): навыками управления коллективом туристской организации на основе принципов толерантности к культурным различиям,

	самосовершенствования и развития	толерантности к культурным различиям, непрерывного самосовершенствования и саморазвития	методами непрерывного самосовершенствования и саморазвития
Пороговый	методы планирования деятельности предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса	используя различные источники информации	современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных
Стандартный (в дополнение к пороговому)	теорию хранения и поддержания в актуальном состоянии информации бизнес-анализа прогнозирования и планирования	разрабатывать комплекс мероприятий по их минимизации; анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации	навыками оценки ресурсов, необходимых для реализации решений
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	этапы самосовершенствования и развития, методику построения планов и прогнозов и оценки их эффективности	применять принципы толерантности к культурным различиям, непрерывного самосовершенствования и саморазвития	методами непрерывного самосовершенствования и саморазвития

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, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-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, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Оценка докладов Лабораторные задания Тестирование	Зачет

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
-------------------	------

<p>1. Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет - технологиях. Блоги и социальные сети</p>	<p>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. 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. 12. Определение целевой аудитории и задач присутствия организации в социальных сетях 13. Критерии подбора социальной сети для размещения контента организации 14. Определение поведенческих особенностей аудитории, разработка контент-плана 15. Типы контента социальных сетей 16. Составление календарного плана и определение необходимых ресурсов для продвижения организации в социальных сетях 17. PR-текст как один из элементов презентации организации или товара в аудитории социальных сетей. 18. Основные термины и показатели эффективности PR в социальных сетях. 19. Анализ эффективности PR в социальных сетях. 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=1917>

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 подлинные, 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 подлинные, 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) ферндинг;
- 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.	<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.

<p>Эволюционные процессы в Интернет - технологиях. Блоги и социальные сети</p>	<ol style="list-style-type: none"> 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. 16. Основные виды и преимущества Интернет-рекламы. 17. Основные характеристики Интернет-рекламы. Стандартный таргетинг. 18. Основные типы ретаргетинга. 19. Измерение эффективности рекламной Интернет-кампании. 20. Контекстная реклама (текстовые объявления). 21. Основные рекламные Интернет-форматы. 22. Понятия: блог, блогосфера, блогер, блог-пост. 23. Web 2.0. Блоги. Социальные сети. Wiki-технология. 24. Вопросы информационной безопасности в сети. Электронная цифровая подпись.
<p>2. Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы</p>	<ol style="list-style-type: none"> 25. Облачные Интернет-технологии в экономических системах, достоинства и недостатки. 26. Модели обслуживания облачных вычислений. 27. Хранение данных в облаке. 28. Модели SaaS, PaaS, DaaS, IaaS. 29. Обзор современных мобильных устройств. Критерии выбора устройства (внешние интерфейсы, ОС и т.д.). 30. Мобильные приложения, практика работы с офисными пакетами (IOS, Android, Windows Mobile). 31. Безопасность использования мобильных устройств. 32. Электронные платежные системы. Интернет-банкинг. 33. Электронные торговые площадки. 34. Государственные и муниципальные электронные услуги.

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, ПК-1
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне