

# МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия»  
кафедра Высшая аграрная школа

УТВЕРЖДАЮ

Декан Высшей аграрной школы



Белова С.Н.

2023 г.

рабочая программа дисциплины (модуля)

## Социальные сети и традиционные СМИ в рекламе и связях с общественностью

Учебный план

oz42.04.01-23-1MP.plx

Квалификация

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Магистр

Форма обучения

очно-заочная

Общая трудоемкость

3 ЗЕТ

Часов по учебному плану

108

Виды контроля в семестрах:

в том числе:

зачет - 5

контактная работа

26

самостоятельная работа

82

часы на контроль

### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	5 (3.1)		Итого	
	УП	РП	УП	РП
Неделя	15			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	8	8	8	8
Семинарские занятия	16	16	16	16
Консультации	2	2	2	2
Итого ауд.	24	24	24	24
Контактная работа	26	26	26	26
Сам. работа	82	82	82	82
Итого	108	108	108	108

Кемерово 2023 г.

Программу составил(и):

докт.полит.наук, проф., Матвеева Елена Викторовна



Рабочая программа дисциплины

**Социальные сети и традиционные СМИ в рекламе и связях с общественностью**

разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528)

составлена на основании учебного плана:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

утвержденного учёным советом вуза от 16.02.2023 протокол № 5.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**НИЛ политических коммуникаций, медиатехнологий и связей с общественностью**

Протокол №1 от 01 марта 2023 г.

Срок действия программы: 2023-2025 уч.г.

Зав. лабораторий  Матвеева Е.В.

Рабочая программа одобрена и утверждена комиссией  
экспертного совета высшей аграрной школы

Протокол № 5 от 20 марта 2023 г.

Председатель комиссии  Белова С.Н.

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2024-2025 учебном году на заседании кафедры высшая аграрная школа

Протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2024 г.

Зав. кафедрой высшая аграрная школа

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

расшифровка

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2025-2026 учебном году на заседании кафедры высшая аграрная школа

Протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2025 г.

Зав. кафедрой высшая аграрная школа

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

расшифровка

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2026-2027 учебном году на заседании кафедры высшая аграрная школа

Протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2026 г.

Зав. кафедрой высшая аграрная школа

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

расшифровка

---

---

**Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году**

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2027-2028 учебном году на заседании кафедры высшая аграрная школа

Протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 2027 г.

Зав. кафедрой Высшая аграрная школа

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

расшифровка

### 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины - подготовка специалистов, способных анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и иных коммуникационных продуктах для принятия профессиональных решений в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

- навыками работы со специализированным программным обеспечением для обработки и представления данных;
- создавать медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования.

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ УЧЕБНОГО ПЛАНА

Цикл (раздел) ОП:	
<b>2.1</b>	<b>Входной уровень знаний:</b>
2.1.1	Коммуникативные технологии в современных медиа
2.1.2	Межкультурное взаимодействие и коммуникации
2.1.3	Теория и практика массовых коммуникаций
2.1.4	Основы теории коммуникаций
<b>2.2</b>	<b>Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</b>
2.2.1	Преддипломная практика
2.2.2	Технологии GR-деятельности в России

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**ОПК-5.2: Создает медиатексты, медиа-продукты и коммуникационные продукты с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования**

**Знать:**

- |           |   |
|-----------|---|
| Уровень 1 | политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира |
|-----------|---|

**Уметь:**

- |           |   |
|-----------|---|
| Уровень 1 | анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира |
|-----------|---|

**Владеть:**

- |           |   |
|-----------|---|
| Уровень 1 | навыками создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования |
|-----------|---|

**ОПК-2.3: Способен работать со специализированным программным обеспечением для обработки и представления данных**

**Знать:**

- |           |   |
|-----------|---|
| Уровень 1 | систему общественных и государственных институтов и умеет выстраивать с ними коммуникацию |
|-----------|---|

**Уметь:**

- |           |   |
|-----------|---|
| Уровень 1 | ставить цели, задачи исследования медиапродукта, планировать аналитическую деятельность с учетом знаний общественных наук и актуальных вопросов современного общества |
|-----------|---|

**Владеть:**

- |           |   |
|-----------|---|
| Уровень 1 | навыками работы со специализированным программным обеспечением для обработки и представления данных |
|-----------|---|

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен**

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	- систему общественных и государственных институтов и умеет выстраивать с ними коммуникацию;
3.1.2	- политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	- ставить цели, задачи исследования медиапродукта, планировать аналитическую деятельность с учетом знаний общественных наук и актуальных вопросов современного общества;
3.2.2	- анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	- навыками работы со специализированным программным обеспечением для обработки и представления данных;

3.3.2	- навыками создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов с учетом условий функционирования конкретной ме-диакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования.
-------	---

#### 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код зан.	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Уровень сформ-ти комп.	Акт. и инт. формы обуч-я.	Литература	Формы контроля
	<b>Раздел 1. Социальные медиа в рекламе и связях с общественностью</b>							
1.1	1.1 СМИ и реклама как социальные институты /Лек/	5	2	ОПК-2.3	ОПК-2(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.2	1.1 СМИ и реклама как социальные институты /Сем зан/	5	2	ОПК-2.3	ОПК-2(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.3	1.1 СМИ и реклама как социальные институты /Ср/	5	13	ОПК-2.3	ОПК-2(3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.4	1.2 Формирование массового общества и причины современной его демассовизации /Сем зан/	5	2	ОПК-2.3	ОПК-2(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.5	1.2 Формирование массового общества и причины современной его демассовизации /Ср/	5	13	ОПК-2.3	ОПК-2(3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.6	1.3 Аудитория социальных сетей как вида СМК /Лек/	5	2	ОПК-2.3	ОПК-2(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.7	1.3 Аудитория социальных сетей как вида СМК /Сем зан/	5	4	ОПК-2.3	ОПК-2(3)	4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.8	1.3 Аудитория социальных сетей как вида СМК /Ср/	5	13	ОПК-2.3	ОПК-2(3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.9	1.4 Стратегии поведения в социальных сетях /Лек/	5	2	ОПК-2.3	ОПК-2(3)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.10	1.4 Стратегии поведения в социальных сетях /Сем зан/	5	4	ОПК-2.3	ОПК-2(3)	4	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
1.11	1.4 Стратегии поведения в социальных сетях /Ср/	5	13	ОПК-2.3	ОПК-2(3)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
	<b>Раздел 2. Управление общественным мнением в социальных сетях и традиционных</b>							
2.1	2.1 Формирование общественного мнения в социальных сетях и традиционных СМИ /Лек/	5	1	ОПК-5.2	ОПК-5(2)	1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.2	2.1 Формирование общественного мнения в социальных сетях и традиционных СМИ /Сем зан/	5	2	ОПК-5.2	ОПК-5(2)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.3	2.1 Формирование общественного мнения в социальных сетях и традиционных СМИ /Ср/	5	13	ОПК-5.2	ОПК-5(2)		Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.4	2.2 Анализ идеолого-политических установок пользователей социальных сетей и традиционных СМИ /Лек/	5	1	ОПК-5.2	ОПК-5(2)	1	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	
2.5	2.2 Анализ идеолого-политических установок пользователей социальных сетей и традиционных СМИ /Сем зан/	5	2	ОПК-5.2	ОПК-5(2)	2	Л1.1 Л1.2Л2.1 Л2.2	

2.6	2.2 Анализ идеолого-политических установок пользователей социальных сетей и традиционных СМИ /Ср/	5	17	ОПК-5.2	ОПК-5(2)		Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
2.7	/Конс/	5	2	ОПК-5.2	ОПК-2(3) ОПК-5(2)		Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	
2.8	/Зачёт/	5	0	ОПК-5.2	ОПК-2(3) ОПК-5(2)		Л1.1 Л1.2Л2. 1 Л2.2	

### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Вопросы к зачету:

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

### 6. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

#### 6.1 Перечень программного обеспечения

Офисный пакет LibreOffice  
Браузер Mozilla Firefox

#### 6.2 Перечень информационных справочных систем

"Консультант Плюс" - законодательство РФ  
ЭБС "Земля знаний"

### 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Номер ауд.	Назначение	Оборудование и ПО	Вид занятия
1319	Учебная аудитория для проведения учебных занятий	Специализированная мебель: столы ученические – 9 шт., стулья – 18 шт. Технические средства обучения: доска интерактивная – 1 шт., компьютер – 1 шт.	
1102	Помещение для самостоятельной работы с выходом в сеть "Интернет" и доступом в электронную информационно-образовательную среду ФГБОУ ВО Кузбасская ГСХА	столы ученические – 37 шт., стулья – 74. ПК Системный блок А – 12 шт.	

<b>8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>			
<b>8.1. Рекомендуемая литература</b>			
<b>8.1.1. Основная литература</b>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Е. Л. Варганова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг	Медиасистема России: Учебник	Москва : Аспект Пресс, 2021
Л1.2	В. А. Евстафьев, Е. Э. Пасютина	История российской рекламы. Современный период : Учебное пособие	Москва : Дашков и К, 2022
<b>8.1.2. Дополнительная литература</b>			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Н. В. Долгова	Основы рекламы и связей с общественностью в средствах массовой информации: практикум: Учебное пособие	Рязань : РГУ имени С.А.Есенина, 2021
Л2.2	Ф. И. Шарков	Коммуникология: энциклопедический словарь-справочник: Словарь	Москва : Дашков и К, 2022
<b>9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>			

