

Документ подписан простой электронной подписью.  
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 12.08.2025 11:13:38

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

**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 № 10 от 22 мая 2025 г. )

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

|                                                            |                                                    |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| <b>Наименование дисциплины</b>                             | Б1.В.ДЭ.03.01 Технологии работы в социальных сетях |
| <b>Основная профессиональная образовательная программа</b> | 38.03.02 Менеджмент программа Цифровой маркетинг   |

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Самара 2025

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

**Институт**     Институт менеджмента  
**Кафедра**     Прикладной информатики

**АННОТАЦИЯ**

|                                                            |                                                    |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| <b>Наименование дисциплины</b>                             | Б1.В.ДЭ.03.01 Технологии работы в социальных сетях |
| <b>Основная профессиональная образовательная программа</b> | 38.03.02 Менеджмент программа Цифровой маркетинг   |

**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 № 10 от 22 мая 2025 г. )

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

|                                                            |                                                    |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| <b>Наименование дисциплины</b>                             | Б1.В.ДЭ.03.01 Технологии работы в социальных сетях |
| <b>Основная профессиональная образовательная программа</b> | 38.03.02 Менеджмент программа Цифровой маркетинг   |

## 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

## Содержание (ФОС)

Стр.

- 6.1 Контрольные мероприятия по дисциплине
- 6.2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 6.3 Паспорт оценочных материалов
- 6.4 Оценочные материалы для текущего контроля
- 6.5 Оценочные материалы для промежуточной аттестации
- 6.6 Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

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, Основы учета и финансовой отчетности

Последующие дисциплины по связям компетенций: Оценка стоимости бизнеса, Корпоративные финансы, Управление рисками, Государственное и муниципальное управление, Консультационный проект, Поведение потребителей, Поисковый маркетинг и маркетинг в социальных сетях, Маркетинг цифровых услуг, Основы интернет маркетинга, Информационный маркетинг, Моделирование и прогнозирование маркетинговой деятельности, Коммерческий механизм систем товародвижения, Социально-этический маркетинг, Маркетинг некоммерческих организаций, Управление маркетингом, Связи с общественностью и управление репутацией, Разработка рекламных кампаний

## 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-4 - Способен исследовать спрос, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", прогнозировать изменения спроса на основе аналитических данных

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине         |                                                         |                                                            |
|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| ПК-4                                         | ПК-4.1: Знать:                                        | ПК-4.2: Уметь:                                          | ПК-4.3: Владеть (иметь навыки):                            |
|                                              | подходы к исследованию спроса и анализу маркетинговой | прогнозировать изменения спроса на основе аналитических | методами исследования спроса в сети Интернет, технологиями |

|  |                                                                                |                                                                                                                                                         |                                                           |
|--|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
|  | деятельности, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | данных, исследовать спрос, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", использовать полученную информацию в деятельности компании | использования полученных в результате исследования данных |
|--|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|

ПК-5 - Способен выбирать каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", разрабатывать показатели эффективности продвижения, распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                   |                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-5                                         | ПК-5.1: Знать:                                                                                                                                                                  | ПК-5.2: Уметь:                                                                                                                                               | ПК-5.3: Владеть (иметь навыки):                                                                                                                                                                                                              |
|                                              | каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", знать способы и методы оценки эффективности распределения ресурсов организации и стратегии продвижения | принимать конкретные решения для разработки показатели эффективности продвижения, распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения | методами выбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", подходами к разработке показателей эффективности продвижения, способами распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения |

### 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               |

#### очно-заочная форма

| Виды учебной работы                          | Всего час/ з.е. |
|----------------------------------------------|-----------------|
|                                              | Сем 4           |
| Контактная работа, в том числе:              | 4.15/0.12       |
| Занятия лекционного типа                     | 2/0.06          |
| Лабораторные работы (лабораторный практикум) | 2/0.06          |
| Индивидуальная контактная работа (ИКР)       | 0.15/0          |

|                                                                  |            |
|------------------------------------------------------------------|------------|
| Самостоятельная работа:                                          | 85.85/2.38 |
| Промежуточная аттестация                                         | 18/0.5     |
| Вид промежуточной аттестации:<br>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

| №<br>п/п | Наименование темы (раздела)<br>дисциплины                                                                                                                           | Контактная работа |                                 |      |     | Самостоятельная<br>работа | Планируемые<br>результаты<br>обучения в<br>соотношении с<br>результатами<br>обучения по<br>образовательной<br>программе |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------------------|------|-----|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |                                                                                                                                                                     | Лекции            | Занятия<br>семинарского<br>типа | ИКР  | ГКР |                           |                                                                                                                         |
|          |                                                                                                                                                                     |                   | Лаборат.<br>работы              |      |     |                           |                                                                                                                         |
| 1.       | Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет-технологиях. Блоги и социальные сети. | 8                 | 8                               | 0,75 |     | 20                        | УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК- 5.1, ПК-5.2, ПК-5.3                                                 |
| 2.       | Поиск информации в www мониторинг интернета<br>Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы                               | 10                | 10                              | 0,75 |     | 33.85                     | УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК- 5.1, ПК-5.2, ПК-5.3                                                 |
|          | Контроль                                                                                                                                                            | 18                |                                 |      |     |                           |                                                                                                                         |
|          | Итого                                                                                                                                                               | 18                | 18                              | 0.15 |     | 53.85                     |                                                                                                                         |

##### очно-заочная форма

| №<br>п/п | Наименование темы (раздела)<br>дисциплины                                               | Контактная работа |                                 |     |     | Самостоятельная<br>работа | Планируемые<br>результаты<br>обучения в<br>соотношении с<br>результатами<br>обучения по<br>образовательной<br>программе |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------------------|-----|-----|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |                                                                                         | Лекции            | Занятия<br>семинарского<br>типа | ИКР | ГКР |                           |                                                                                                                         |
|          |                                                                                         |                   | Лаборат.<br>работы              |     |     |                           |                                                                                                                         |
| 1.       | Социальные сети в контексте<br>информационного общества.<br>Коммуникационные процессы в | 1                 | 1                               |     |     | 20                        | УК-1.1, УК-1.2, УК<br>-1.3, ПК-4.1, ПК-<br>4.2, ПК-4.3, ПК- 5.1,                                                        |

|    |                                                                                                                                             |          |          |             |  |              |                                                                        |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|-------------|--|--------------|------------------------------------------------------------------------|
|    | интернете. Эволюционные процессы в Интернет-технологиях. Блоги и социальные сети.                                                           |          |          |             |  |              | ПК-5.2, ПК-5.3                                                         |
| 2. | Поиск информации в www мониторинг интернета<br>Культура общения в сети<br>Интернет. Облачные и мобильные технологии.<br>Электронные сервисы | 1        | 1        | 0.15        |  | 60.85        | УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3, ПК-5.1, ПК-5.2, ПК-5.3 |
|    | Контроль                                                                                                                                    | 18       |          |             |  |              |                                                                        |
|    | <b>Итого</b>                                                                                                                                | <b>2</b> | <b>2</b> | <b>0.15</b> |  | <b>85.85</b> |                                                                        |

## 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.<br>Коммуникационные процессы в интернете.<br>Эволюционные процессы в Интернет-технологиях.<br>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<br>Культура общения в сети<br>Интернет. Облачные и мобильные технологии.<br>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<br>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<br>- подготовка электронной презентации<br>- тестирование |
| 2.   | Поиск информации в www мониторинг                                                                                                                                  | - подготовка доклада                                                           |

|  |                                                                                                        |                                                        |
|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
|  | интернета Культура общения в сети Интернет.<br>Облачные и мобильные технологии.<br>Электронные сервисы | - подготовка электронной презентации<br>- 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, 2024. — 256 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09010-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536995>

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, 2024. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535965>

#### 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, 2025. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560243>

2. Бузукова, Е. А. Категорийный менеджмент. Теоретические основы : учебник для вузов / Е. А. Бузукова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14458-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544373>

#### Литература для самостоятельного изучения

1. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебник для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568206>.

### 5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Astra Linux Special Edition «Смоленск», «Орел»; РедОС.
2. МойОфис Стандартный 2, МойОфис Образование, Р7-Офис Профессиональный, МойОфис Стандартный 3, МойОфис Профессиональный 3

### 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. Государственная система правовой информации «Официальный интернет-портал правовой информации» (<http://pravo.gov.ru/>)

3. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)

4. 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<br>Мультимедийный проектор<br>Доска<br>Экран                                                       |
| Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа) | Комплекты ученической мебели<br>Мультимедийный проектор<br>Доска<br>Экран<br>Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |
| Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций                     | Комплекты ученической мебели<br>Мультимедийный проектор<br>Доска<br>Экран<br>Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |
| Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации                | Комплекты ученической мебели<br>Мультимедийный проектор<br>Доска<br>Экран<br>Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ |
| Помещения для самостоятельной работы                                              | Комплекты ученической мебели<br>Мультимедийный проектор<br>Доска<br>Экран<br>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

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

### 6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

| Вид контроля           | Форма контроля          | Отметить<br>нужное<br>знаком<br>« + » |
|------------------------|-------------------------|---------------------------------------|
| Текущий контроль       | Оценка докладов         | +                                     |
|                        | Устный/письменный опрос | +                                     |
|                        | 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 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 |
| 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-4 - Способен исследовать спрос, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", прогнозировать изменения спроса на основе аналитических данных

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                          |                                                                                                                 |                                                                                                                      |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                              | ПК-4.1: Знать:                                                                                                         | ПК-4.2: Уметь:                                                                                                  | ПК-4.3: Владеть (иметь навыки):                                                                                      |
|                                              | подходы к исследованию спроса и анализу маркетинговой деятельности, в том числе в информационно - телекоммуникационной | прогнозировать изменения спроса на основе аналитических данных, исследовать спрос, в том числе в информационно- | методами исследования спроса в сети Интернет, технологиями использования полученных в результате исследования данных |

|                                                      |                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                      | сети "Интернет"                                                                                                                      | телекоммуникационной сети "Интернет", использовать полученную информацию в деятельности компании                                                                                                                |                                                                                                                      |
| Пороговый                                            | подходы к исследованию                                                                                                               | прогнозировать изменения спроса                                                                                                                                                                                 | методами исследования                                                                                                |
| Стандартный (в дополнение к пороговому)              | подходы к исследованию спроса и анализу маркетинговой деятельности,                                                                  | прогнозировать изменения спроса на основе аналитических данных,                                                                                                                                                 | методами исследования спроса в сети Интернет,                                                                        |
| Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному) | подходы к исследованию спроса и анализу маркетинговой деятельности, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" | прогнозировать изменения спроса на основе аналитических данных, исследовать спрос, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", использовать полученную информацию в деятельности компании | методами исследования спроса в сети Интернет, технологиями использования полученных в результате исследования данных |

ПК-5 - Способен выбирать каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", разрабатывать показатели эффективности продвижения, распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения

| Планируемые результаты обучения по программе | Планируемые результаты обучения по дисциплине                                                                                                                                   |                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                              | ПК-5.1: Знать:                                                                                                                                                                  | ПК-5.2: Уметь:                                                                                                                                               | ПК-5.3: Владеть (иметь навыки):                                                                                                                                                                                                              |
|                                              | каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", знать способы и методы оценки эффективности распределения ресурсов организации и стратегии продвижения | принимать конкретные решения для разработки показатели эффективности продвижения, распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения | методами выбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", подходами к разработке показателей эффективности продвижения, способами распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии продвижения |
| Пороговый                                    | каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"                                                                                                         | принимать конкретные решения                                                                                                                                 | методами выбора каналов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"                                                                                                                                                     |
| Стандартный (в дополнение к пороговому)      | каналы продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", знать способы оценки                                                                                   | принимать конкретные решения для разработки показатели эффективности продвижения,                                                                            | подходами к разработке показателей эффективности продвижения                                                                                                                                                                                 |

|                                                               |                                                                                                                    |                                                                                     |                                                                                                          |
|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                               | эффективности<br>распределения ресурсов<br>организации и стратегии<br>продвижения                                  |                                                                                     |                                                                                                          |
| Повышенный (в<br>дополнение к<br>пороговому,<br>стандартному) | знать способы и методы<br>оценки эффективности<br>распределения ресурсов<br>организации и стратегии<br>продвижения | распределять работы и<br>выделять ресурсы по<br>реализации стратегии<br>продвижения | владеть способами<br>распределять работы и<br>выделять ресурсы по<br>реализации стратегии<br>продвижения |

### 6.3. Паспорт оценочных материалов

| №<br>п/п | Наименование темы<br>(раздела) дисциплины                                                                                                                                                       | Контролируемые<br>планируемые<br>результаты обучения<br>в соотношении с<br>результатами<br>обучения по<br>программе | Вид контроля/используемые<br>оценочные средства            |               |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|---------------|
|          |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                     | Текущий                                                    | Промежуточный |
| 1.       | 1. Социальные сети в<br>контексте<br>информационного<br>общества.<br>Коммуникационные<br>процессы в интернете.<br>Эволюционные процессы в<br>Интернет - технологиях.<br>Блоги и социальные сети | УК-1.1, УК-1.2, УК- 1.3,<br>ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3,<br>ПК-5.1, ПК- 5.2, ПК-5.3                                      | Оценка докладов<br>Лабораторные<br>задания<br>Тестирование | Зачет         |
| 2.       | 2. Поиск информации в<br>www мониторинг<br>интернета Культура<br>общения в сети Интернет.<br>Облачные и мобильные<br>технологии. Электронные<br>сервисы                                         | УК-1.1, УК-1.2, УК- 1.3,<br>ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3,<br>ПК-5.1, ПК- 5.2, ПК-5.3                                      | Оценка докладов<br>Лабораторные<br>задания<br>Тестирование | Зачет         |

### 6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

#### Примерная тематика докладов

| Раздел дисциплины                                                                                                                                                                                  | Темы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Социальные сети в<br>контексте<br>информационного<br>общества.<br>Коммуникационные<br>процессы в интернете.<br>Эволюционные<br>процессы в Интернет -<br>технологиях. Блоги и<br>социальные сети | 1. Социальные сети в контексте информационного общества:<br>определение понятия, основные характеристики и функции, специфика<br>социальных сетей как средства коммуникации.<br>2. Этапы развития коммуникационных технологий Интернета.<br>Технологическая платформа Веб 2.0. Особенности PR и маркетинга в<br>эпоху Веб 2.0.<br>3. Общая характеристика языка сети Интернет. Дискурсивные<br>характеристики текстов социальных сетей.<br>4. Специфика социальной сети Вконтакте: аудитория, инструменты,<br>типы<br>контента.<br>5. Специфика социальной сети Одноклассники: аудитория, география,<br>инструменты, типы контента.<br>6. Специфика социальной сети Facebook: аудитория, инструменты, типы<br>контента.<br>7. Специфика социальной сети Twitter: аудитория, инструменты, типы |

|                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                            | <p>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.</p> <p>Облачные и мобильные технологии.</p> <p>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> |

### Вопросы для устного/письменного опроса

| Раздел дисциплины                                                                                                                                                                            | Вопросы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1. Социальные сети в контексте информационного общества.</p> <p>Коммуникационные процессы в интернете.</p> <p>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.</p> <p>2. Этапы развития коммуникационных технологий Интернета. Технологическая платформа Веб 2.0. Особенности PR и маркетинга в эпоху Веб 2.0.</p> <p>3. Общая характеристика языка сети Интернет. Дискурсивные характеристики текстов социальных сетей.</p> <p>4. Специфика социальной сети Вконтакте: аудитория, инструменты, типы контента.</p> <p>5. Специфика социальной сети Одноклассники: аудитория, география, инструменты, типы контента.</p> <p>6. Специфика социальной сети Facebook: аудитория, инструменты, типы контента.</p> <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> |

|                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2. Поиск информации в<br>www мониторинг<br>интернета Культура<br>общения в сети<br>Интернет.<br>Облачные и мобильные<br>технологии.<br>Электронные сервисы | 11. Этапы разработки SMM-стратегии.<br>12. Определение целевой аудитории и задач присутствия организации в социальных сетях<br>13. Критерии подбора социальной сети для размещения контента организации<br>14. Определение поведенческих особенностей аудитории, разработка контент-плана<br>15. Типы контента социальных сетей<br>16. Составление календарного плана и определение необходимых ресурсов для продвижения организации в социальных сетях<br>17. PR-текст как один из элементов презентации организации или товара в аудитории социальных сетей.<br>18. Основные термины и показатели эффективности PR в социальных сетях.<br>19. Анализ эффективности PR в социальных сетях.<br>20. Критерии оценки эффективности PR в социальных сетях. |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Задания для тестирования по дисциплине для оценки сформированности компетенций (min 20, max 50 + ссылку на ЭИОС с тестами)**

<https://lms2.sseu.ru/course/index.php?categoryid=514>

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) френдинг;
- 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 компаний, 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 | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Области использования социальных сетей для конкретных целей и задач.</li> <li>2. Работа в социальных сетях.</li> <li>3. Разработка структуры своего сайта</li> <li>4. Создания сайта, используя любой из бесплатных онлайн-конструкторов, доступных в сети Интернет</li> </ol> |

|                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| и социальные сети                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 2. Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы | 5. Изучить возможности расширенного поиска и языка запросов наиболее популярных поисковых систем Яндекс и Google.<br>6. Использование нескольких поисковых систем для достижения лучшего результата<br>7. Расширенный поиск и сложные запросы для поиска информации<br>8. Работа с офисными документами в облаке. Предоставление доступа к совместной работе с офисными документами в облаке. |

### Тематика контрольных работ

| Раздел дисциплины                                                                                                                                                  | Темы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Социальные сети в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернеттехнологиях. Блоги и социальные сети. | 1. Анализ вариантов текста рекламы и PR в социальных сетях разных форматов.<br>2. Адаптация первичного печатного текста к социальным сетям разных вариантов.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Поиск информации в www мониторинг интернета Культура общения в сети Интернет. Облачные и мобильные технологии. Электронные сервисы                                 | 1. Особенности социальной сети Вконтакте для реализации современных SMM-технологий для продвижения проектов.<br>2. Особенности социальной сети Одноклассники для реализации современных SMM-технологий.<br>3. Особенности социальной сети Yappy для реализации современных SMM-технологий.<br>4. Особенности социальной сети Мой мир для реализации современных SMM-технологий.<br>5. Особенности реализации SMM-технологий в блогосфере.<br>6. Методы позиционирования сообществ в социальных сетях.<br>7. Принципы управления таргетированной рекламой в V Kontakte.<br>8. Методы управления контекстной рекламой на Yappy.<br>9. Прогноз бюджета контекстной рекламы и методы его оптимизации.<br>10. Принципы проведения конкурсов в электронных сообществах потребителей.<br>11. Стратегия использования мультимедийных сообщений в социальных сетях.<br>12. Методы улучшения имиджа бренда при помощи SMM-технологий.<br>13. Работа с лидерами мнений для улучшения узнаваемости бренда.<br>14. Основные принципы брендинга сообществ в социальных сетях. |

### 6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

#### Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

| Раздел дисциплины  | Вопросы                                                                                          |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Социальные сети | 1. Понятие Интернета и социальных сетей, их роль в рекламе и в системе связей с общественностью. |

|                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>в контексте информационного общества. Коммуникационные процессы в интернете. Эволюционные процессы в Интернет - технологиях. Блоги и социальные сети</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Эволюционные процессы в Интернет-технологиях и социальных сетях.</li> <li>3. Интернет, как основа для развития Socila media.</li> <li>4. Влияние воздействия социальных сетей на трансформацию мышления пользователей.</li> <li>5. Разновидности коммуникаций и коммуникантов в Интернете.</li> <li>6. Электронная коммуникация в системе коммуникационных каналов.</li> <li>7. Интернет - сервисы, в системе Интернет-коммуникаций.</li> <li>8. Особенности формирования доменов.</li> <li>9. Понятие Интернет - аудитории, пользователи, целевой аудитории, целевых групп.</li> <li>10. Характеристика мировой аудитории социальных сетей.</li> <li>11. Способы описания целевой аудитории.</li> <li>12. Способы оценки Интернет - аудитории.</li> <li>13. Характерные черты Интернет - аудитории России.</li> <li>14. Основные свойства электронного текста. Основные требования к электронным документам.</li> <li>15. Понятие Интернет-рекламы, принцип Действия, задачи.</li> <li>16. Основные виды и преимущества Интернет-рекламы.</li> <li>17. Основные характеристики Интернет-рекламы. Стандартный таргетинг.</li> <li>18. Основные типы ретаргетинга.</li> <li>19. Измерение эффективности рекламной Интернет-кампании.</li> <li>20. Контекстная реклама (текстовые объявления).</li> <li>21. Основные рекламные Интернет-форматы.</li> <li>22. Понятия: блог, блогосфера, блогер, блог-пост.</li> <li>23. Web 2.0. Блоги. Социальные сети. Wiki-технология.</li> <li>24. Вопросы информационной безопасности в сети. Электронная цифровая подпись.</li> </ol> |
| <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"> <li>25. Облачные Интернет-технологии в экономических системах, достоинства и недостатки.</li> <li>26. Модели обслуживания облачных вычислений.</li> <li>27. Хранение данных в облаке.</li> <li>28. Модели SaaS, PaaS, DaaS, IaaS.</li> <li>29. Обзор современных мобильных устройств. Критерии выбора устройства (внешние интерфейсы, ОС и т.д.).</li> <li>30. Мобильные приложения, практика работы с офисными пакетами (IOS, Android, Windows Mobile).</li> <li>31. Безопасность использования мобильных устройств.</li> <li>32. Электронные платежные системы. Интернет-банкинг.</li> <li>33. Электронные торговые площадки.</li> <li>34. Государственные и муниципальные электронные услуги.</li> </ol>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

#### 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-4, ПК-5                                                                |
| «не зачтено» | Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне                         |