

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланёв

«05» «сентября» 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

«Блоггинг»

по направлению подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность (профиль) подготовки:

«Работа с социальными медиа»

Форма обучения

Очно-заочная

Квалификация

Бакалавр

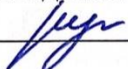
Год приема

2022

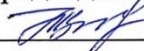
Код дисциплины в учебном плане: **Б1.В.ДВ.03.02**

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

 И.П. Кужелева-Саган

Председатель УМК

 Э. А. Щеглова

Томск – 2022

Программу составил: А.П. Глухов, доцент кафедры социальных коммуникаций факультет психологии НИ ТГУ

Рецензент: И. П. Кужелева-Саган, д. филос.н., профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

Рабочая программа дисциплины «Блоггинг» в соответствии с СУОС НИ ТГУ: *самостоятельно устанавливаемый образовательный стандарт НИ ТГУ по направлению подготовки 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (утвержден Ученым советом НИ ТГУ, протокол от 25.02.2019 г. №2)*

Рабочая программа одобрена на заседании учебно-методической комиссии факультета психологии НИ ТГУ

Протокол №7 от 05.09.2022

Цель освоения дисциплины «Блоггинг» состоит в формировании ключевых компетенций, необходимых для создания и продвижения блогов (сайтов в формате «личный или корпоративный сетевой дневник») с получением заранее планируемых эффектов (результатов).

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Блоггинг» входит в общепрофессиональный цикл ОПОП бакалавриата, в часть, формируемую участниками образовательных отношений, и является дисциплиной по выбору студента. Курс «Блоггинг» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ОПОП как «Компьютерные технологии и информатика», «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: вербальный имидж», а также со всеми видами производственной практики. Изучаемые теоретические положения, формируемые навыки необходимы для освоения курсов «Ловцы человек или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании», «Основы проектирования в сфере социальных коммуникаций», «Основы интегрированных коммуникаций», «Интернет-сервисы в социогуманитарных исследованиях» углубляющих и специализирующих умения и навыки эффективного использования возможностей социальных медиа в профессиональной деятельности, а также для подготовки к сдаче государственного междисциплинарного экзамена, выполнения выпускной квалификационной работы.

2. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины

Таблица 1

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
<p>ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>ИОПК 1.3. Создает и структурирует контент (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, целевой аудитории и канала размещения, соблюдая нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем</p>	<p>ОР- ИОПК-1.3. Обучающийся сможет:</p> <p>1.1.1. структурировать контент (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, целевой аудитории и канала размещения, соблюдая нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем</p> <p>1.1.2. создавать контент (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, целевой аудитории и канала размещения, соблюдая нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем</p>
<p>ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития</p>	<p>ИОПК-2.3. Владеет навыками анализа, разработки и оценки</p>	<p>ОР- ИОПК-2.3. Обучающийся сможет:</p> <p>1.1.1. овладеть навыками анализа, и оценки документов, в том числе медиапланов, медиапродуктов, и (или)</p>

общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	документов, в том числе медиапланов, медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	коммуникационных Продуктов 1.1.2. овладеть навыками разработки документов, в том числе медиапланов, медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ПК-2. Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента	ИПК-2.3. Демонстрирует способность разрабатывать и осуществлять коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда	ОР- ИПК-2.3. Обучающийся сможет: 1.1.1. разрабатывать коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда 1.1.2. осуществлять коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Структура и трудоемкость видов учебной работы по дисциплине

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Таблица 2

Вид учебной работы	Трудоемкость в академических часах	
	8 семестр	
Общая трудоемкость		72
Контактная работа:		29,65
Лекции (Л):		12
Практические занятия (ПЗ)		16
Лабораторные работы (ЛР)		
Семинарские занятия (СЗ)		0
Групповые консультации		0
Индивидуальные консультации		1,7
Промежуточная аттестация		0
Самостоятельная работа обучающегося:		42,35
- подготовка доклада и электронной презентации		
- выполнение творческого задания (проектного типа)		
- изучение учебного материала, кейсов, публикаций (подготовка к тесту)		
Вид промежуточной аттестации – зачет		

3.2. Содержание и трудоемкость разделов дисциплины

Таблица 3

Код занятия	Наименование разделов и тем и их содержание	Вид учебной работы, занятий, контроля	Код (ы) результата(ов) обучения
	Раздел 1. История появления блогов. Создание блога: общая стратегия.		
1.1.	История появления блогов. Блоггинг как способ коммуникативной деятельности. Типы, виды, цели и функции блогов.	Лекции Практики Практики	ОР- ИОПК-1.3. Обучающийся сможет: 1.1.1. структурировать контент (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, целевой аудитории и канала размещения, соблюдая нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем 1.1.2. создавать контент (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, целевой аудитории и канала размещения, соблюдая нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем
1.2.	Создание блога: общая стратегия.	Лекции Практики	
1.3.	Подготовка доклада и электронной презентации	СРС	
1.4.	Текущий контроль успеваемости: выступление с докладом и электронной презентацией		

	Раздел 2. Продвижение блога. Блоггинг как вид бизнеса		
2.1.	Ведение блога: основные принципы и тактики	Лекции	<p>ОР- ИОПК-1.3.</p> <p>Обучающийся сможет:</p> <p>1.1.1. структурировать контент (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, целевой аудитории и канала размещения, соблюдая нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем</p> <p>1.1.2. создавать контент (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, целевой аудитории и канала размещения, соблюдая нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем</p> <p>ОР- ИОПК-2.3.</p> <p>Обучающийся сможет:</p> <p>1.1.1. овладеть навыками анализа, и оценки документов, в том числе медиапланов, медиапродуктов, и (или) коммуникационных Продуктов</p> <p>1.1.2. овладеть навыками разработки документов, в том числе медиапланов,</p>
		Практики	
2.2.	Продвижение блога.	Лекции	
		Практики	
2.3.	Блоггинг как вид бизнеса	Лекции	
		Практики	
2.4.	Выполнение творческого задания (проектного типа)	СРС	
2.5.	Текущий контроль успеваемости: представление промежуточных результатов и защита проекта		

			<p>медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p> <p>ОР- ИПК-2.3. Обучающийся сможет:</p> <p>1.1.1. разрабатывать коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда</p> <p>1.1.2. осуществлять коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда</p>
	Промежуточная аттестация	Зачет	<p>ОР- ИОПК-1.3.</p> <p>Обучающийся сможет:</p> <p>1.1.1. структурировать контент (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, целевой аудитории и канала размещения, соблюдая нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем</p> <p>1.1.2. создавать контент (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, целевой аудитории и канала размещения, соблюдая нормы русского и иностранного</p>

			<p>языков, особенности иных знаковых систем</p> <p>ОР- ИОПК-2.3.</p> <p>Обучающийся сможет:</p> <p>1.1.1. овладеть навыками анализа, и оценки документов, в том числе медиапланов, медиапродуктов, и (или) коммуникационных Продуктов</p> <p>1.1.2. овладеть навыками разработки документов, в том числе медиапланов, медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p> <p>ОР- ИПК-2.3. Обучающийся сможет:</p> <p>1.1.1. разрабатывать коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда</p> <p>1.1.2. осуществлять коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда</p>
--	--	--	--

4. Образовательные технологии, учебно-методическое и информационное обеспечение для освоения дисциплины

Условием эффективного усвоения содержания дисциплины «Блоггинг» и формирования соответствующих знаний является обязательное сочетание лекционных занятий с семинарскими и практическими занятиями, на которых формируется обозначенная выше профессиональная компетенция. При изучении данной дисциплины, кроме такой традиционной образовательной технологии как «лекция», рекомендуется использовать:

- Технологию – «анализ кейс-стади», представляющую собой изучение реальных проектов по использованию социальных медиаплатформ для решения профессиональных задач рекламы и PR, работа с которыми позволяет анализировать реально существовавшие и существующие проблемы сферы социальных коммуникаций; готовить соответствующие проекты продвижения, посткампейн-отчеты, заключения.

- Технологию «защита проекта с электронной презентацией», направленную на развитие проектных компетенций обучающихся, проявляющихся в умении осуществлять и представлять для обсуждения проектные разработки в сфере продвижения различных PR-субъектов с помощью социальных медиа. Данная технология позволяет слушателям формировать умения организовывать и проводить рекламные и PR-кампании в социальных медиа, уметь встраивать их во внутреннюю и внешнюю коммуникационную политику организации. В процессе таких занятий происходит более глубокое осознание важности не только содержания и результатов такой работы, но формы их подачи (презентации).

- Технологию семинара-«дискуссии», ориентированную на наиболее полное включение обучающихся в активный процесс коллективного обсуждения (спора) и осмысления темы; на развитие у них критико-аналитического исследовательского мышления; умения правильно формулировать, аргументировать и отстаивать свою точку зрения; способности внимательно выслушивать своих оппонентов, и не только конструктивно их критиковать, но и при необходимости признавать свои заблуждения и ошибки. Семинар-«дискуссия» используется как метод усиления интереса слушателей к изучаемой проблеме, придания ей большей остроты, актуальности.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 40% аудиторных занятий.

Виды самостоятельной работы студентов, используемые в рамках дисциплины «Социальные медиа»:

- чтение обязательной и дополнительной литературы;

- изучение и анализ Интернет-источников по темам программы дисциплины;
- изучение и анализ кейс-стади;
- подготовка выступлений на семинарских занятиях;
- участие в разработке коммуникационного проекта;
- подготовка электронных презентаций.

В период обучения студентам должны быть доступны следующие учебно-методические материалы:

- 1) Программа дисциплины «Блоггинг».
- 2) Электронные тексты конспектов лекций.
- 3) Электронные презентации основного содержания дисциплины «Блоггинг».

4) Курс «Социальные медиа» в базе Электронного университета MOODLE (НИ ТГУ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=1027>

5) Кужелева-Саган И. П. Управление интернет-проектами : учебно-методический комплекс / И. П. Кужелева-Саган ; Том.гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск : [ИДО ТГУ], 2011. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000422674>

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля, а также для проведения промежуточной аттестации – *зачета*, - см в документе «Фонд оценочных средств для изучения учебной дисциплины «Блоггинг».

А) Основная литература:

1. Глухов А. П. Социальные медиа : учебно-методический комплекс : [для студентов вузов по направлению 39.03.03 "Организация работы с молодежью"] / А. П. Глухов ; Том. гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551417>

2. Нургалева Л. В. Проблемы изучения виртуальных сообществ : учебно-методическое пособие / Нургалева Л. В. ; Том. гос. ун-т, Ин-т дистанционного образования. - Томск : ИДО ТГУ, 2006. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000243881>

3. Спичева Д. И. Цифровой имидж (on- и off-line) : учебно-методический

комплекс : [для студентов вузов по направлению 42.04.01 "Реклама и связи с общественностью"] / Д. И. Спичева ; Том. гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551423>

4. Фещенко А. В. Современные технологии публикации и распространения информации в Интернет : учебно-методический комплекс / А. В. Фещенко ; Том. гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск : [ИДО ТГУ], 2010. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000405403>

5. Фещенко А. В. Технологии Веб 2.0 : учебно-методический комплекс / А. В. Фещенко ; Том. гос. ун-т, Ин-т дистанционного образования. - Томск : ИДО ТГУ, 2009. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000385491>

6. Стаховская Ю. М. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет : учебно-методический комплекс / Ю. М. Стаховская ; Том. гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск : [ИДО ТГУ], 2011. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000422675>

7. Бычкова М. Н. Имиджевые Интернет-технологии : учебно-методический комплекс : [для студентов вузов по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"] / М. Н. Бычкова ; Том. гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000547534>

Б) Дополнительная литература:

1. Глухов А. П. Платформы социальных медиа: история, аудитории, возможности использования : массовый открытый онлайн-курс / А. П. Глухов, Г. А. Окушова, Ю. М. Стаховская ; Том. гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551440>

2. Глухов А. П. SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности : массовый открытый онлайн-курс / А. П. Глухов, Н. А. Карнаухова ; Том. гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551436>

3. Глухов А. П. Основы SMM: тренды, аудитории, платформы, аналитика : массовый открытый онлайн-курс / А. П. Глухов, Г. А. Окушова, Ю. М. Стаховская ; Том. гос. ун-т. - Томск : Томский государственный университет, 2016. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000551437>

4. Носова С. С. Блогинг : учебно-методический комплекс / С. С. Носова ;

Том. гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск : [ИДО ТГУ], 2012.
URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000461117>

5. Галкин Д. В. Системы искусственного интеллекта : учебно-методический комплекс / Д. В. Галкин ; Том. гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск : [ИДО ТГУ], 2012. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000460667>

6. Галкин Д. В. Компьютерные игры как явление современной культуры : учебно-методический комплекс / Галкин Д. В. ; Том. гос. ун-т, Ин-т дистанционного образования. - Томск : ИДО ТГУ, 2007. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000244219>

7. Лукина Н. П. Идеология информационного общества : учебно-методический комплекс / Лукина Н. П. ; Том. гос. ун-т, Ин-т дистанционного образования. - Томск : ИДО ТГУ, 2007. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000244290>

8. Стукова А. О. Социальные сети как пространство репрезентации и идентификации (на примере Instagram): выпускная бакалаврская работа по направлению подготовки: 51.03.01 - Культурология / Стукова, Алина Олеговна - Томск: [б.и.], 2019. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vital:10071>

9. Фещенко А. В. Социальные сети как инструменты электронного обучения: анализ опыта российских студентов / А. В. Фещенко // Информационные технологии в гуманитарных науках : тезисы докладов Международной научно-практической конференции, 21-22 сентября 2015 г., Красноярск. Красноярск, 2015. С. 70-73. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000538787>

4.2. Базы данных и информационно-справочные системы, в том числе зарубежные

1. Информационно-справочные материалы портала «Лайкни. Все про Digital-маркетинг и SMM»: <http://www.likeni.ru/>
2. Информационно-справочные материалы сайта Connect-Universum (модератор ресурса – кафедра социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ) :<http://connect-universum.com>
3. Информационно-справочные материалы корпоративного сайта компании Ingate и ее медиа- и просветительские проекты: <http://www.ingate.ru/>
4. Информационно-справочные материалы Cossa.ru - информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде: <http://www.cossa.ru/>
5. Информационно-справочные материалы портала Web-агентства Web2Win, специализирующегося в тематиках интернет-маркетинга и интернет-бизнеса: <http://www.web2win.ru/>

6. Научная библиотека национального исследовательского Томского государственного университета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
7. Электронный университет MOODLE (ТГУ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moodle.tsu.ru/> - курс «Социальные медиа».

4.3. Перечень лицензионного и программного обеспечения

При освоении данной дисциплины используется следующее ПО:

1. Windows 7 professional 64 bit
2. Microsoft Office 2010
3. Statistica 6
4. IBM SPSS Statistica 23
5. MozillaFirefox
6. Opera
7. GoogleChrome
8. 7zip

4.4. Оборудование и технические средства обучения

При освоении данной дисциплины используются:

1. Компьютерный класс общего пользования с подключением к Интернет, оснащенный 15 компьютерами (для работы одной академической группы одновременно), с подключенным к ним периферийным устройствам и оборудованием.

2. Компьютерные мультимедийные проекторы во всех аудиториях, где проводятся лекционные и семинарские занятия; другая техника для презентаций учебного материала.

5. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины

Успешное освоение студентами содержания дисциплины «Блоггинг» предполагает предварительное изучение таких курсов как «Компьютерные технологии и информатика», «Профессиональные стандарты в PR и рекламе: вербальный имидж». Оно включает в себя прослушивание лекций и участие в семинарских, практических занятиях, консультации преподавателя в течение семестра и во время сессии, самостоятельную подготовку студентов, выполнение рейтинговых заданий. Завершает изучение дисциплины сдача зачета.

В лекциях освещаются важнейшие принципы функционирования социальных медиа, развитие умений и навыков эффективного использования возможностей социальных медиа в профессиональной деятельности. Факультативным дополнением для освоения материалов лекций является знакомство с материалами массового онлайн курса на Национальной платформе Открытого образования «Why we post: антропология социальных медиа» (ВШЭ) (URL: (<https://openedu.ru/course/hse/WEPOST/>)). Активная и осознанная работа на лекциях облегчит студентам подготовку как к семинарам и практическим занятиям, так и к экзамену

Подготовка к семинарским занятиям предполагает изучение материалов лекций, а также учебников, пособий, монографий, словарей, видео, блогов и т.п. Прочитанные разделы и статьи рекомендуется конспектировать, что позволит в дальнейшем использовать материал при написании доклада, разбору тестовых заданий, а также к зачету с оценкой. Качество освоения материала студентом будет тем выше, чем шире и разнообразнее изученная им литература. На семинарских занятиях полезно в записи вносить дополнения, почерпнутые из ответов других студентов, дополнений и обобщений преподавателя.

При разработке коммуникационного проекта следует обязательно ориентироваться на структуру работы, содержание каждого этапа и т.д., представленные в УМК: Окушова М.Н., Бычкова М.Н. Проектирование в сфере рекламы и связей с общественностью (учебно-методический комплекс). [Электронный ресурс]. URL: <http://edu2.tsu.ru/eor/resource/296/tpl/index.html>

Особенности работы по созданию интернет-проекта содержатся в УМК: Кужелева-Саган И. П. Управление интернет-проектами : учебно-методический комплекс / И. П. Кужелева-Саган ; Том.гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования]. - Томск : [ИДО ТГУ], 2011. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000422674> .

Вопросы, вызывающие затруднения при самостоятельной подготовке к семинарам, экзамену, при разработке коммуникационного проекта можно выяснить на индивидуальных и групповых консультациях.

6. Преподавательский состав, реализующий дисциплину

А.П. Глухов, доцент кафедры социальных коммуникаций ФП ТГУ

7. Язык преподавания – русский.