

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ
«РЕГИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР ВЫЯВЛЕНИЯ, ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЯ
СПОСОБНОСТЕЙ И ТАЛАНТОВ У ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ «ОРИОН»
(ГАУ ДО ВО «Региональный центр «Орион»)

РЕКОМЕНДОВАНА
Экспертным советом
ГАУ ДО ВО «Региональный центр»
«Орион»

УТВЕРЖДАЮ
Директор
ГАУ ДО ВО «Региональный
центр «Орион»

Протокол №_3
от «03» апреля 2020 г.



Н.Н. Голева

«SMM для юных. Практический курс.»

дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа
(с применением дистанционных образовательных технологий
и электронного обучения)

Направленность: социально-педагогическая

Профиль: информационно-
коммуникационные технологии

Возраст участников программы: 13 – 17 лет

Срок реализации программы: 1 месяц (16 часов)

г. Воронеж
2020 г.

Пояснительная записка

Будучи социально склонными существами, люди быстро приняли интернет технологии, которые связывают нас с другими. Основой таких технологий стали социальные сети. С каждым годом растет число людей, подписывающихся на социальные сети и использующих их. За пять лет число пользователей интернет превысило 2 миллиарда и продолжает расти и в 2020 году.

Отчет от Datareportal <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview> говорит, что более 4,5 миллиарда человек пользовались Интернетом в начале 2020 года. Активные пользователи социальных сетей превысили 3,8 миллиарда человек. Исследования Global WebIndex <https://www.globalwebindex.com/> показали, что пользователи Интернета тратят в среднем 2 часа и 24 минуты в день на работу в социальных сетях в среднем пользуются 8 социальными сетями и приложениями для обмена сообщениями.

Сети различаются по целевой аудитории, на их рейтинг популярности влияет географическое положение, экономическое и культурное развитие населения и ещё целый ряд признаков. Тем не менее социальные сети не теряют общей популярности и все ещё развиваются. Например, социальная сеть TikTok пять лет назад не была даже запущена, но теперь TikTok входит в десятку самых популярных социальных сетей.

Понимание различий в популярности и понимание поведения и предпочтений пользователей различных социальных сетей очень важно как для целевой аудитории, так и для специалистов, работающих в социальных сетях – интернет маркетологов, smm менеджеров, таргетологов, копирайтеров.

Кроме того, отмечается выравнивание основной функции социальных сетей (общение, развлечения) со второстепенными функциями социальных сетей (трансляция новостей, формирование позитивных имиджей организаций, учреждений, компаний, личности, формирование единого информационного поля целевой аудитории). Появляются и абсолютно новые функции (образование, взаимодействие государственных и политических структур с населением).

Если говорить о России, то у нас только социальной сетью ВКонтакте пользуется 38.1 млн.чел, а ещё 29.6 млн.чел. посещают Instagram.

Если рассматривать возрастные тенденции использования социальных сетей, то можно отметить, что 92% пользователей социальной сети ВКонтакте имеют возраст от 12 до 24 лет, из них **80% возраст до 17 лет**, а Instagram использует в этом же возрасте 73% всех пользователей социальных сетей России и здесь до 60% читателей до 17 лет.

Таким образом, информационное пространство создают и заполняют сами молодые люди, причем в актуальном для своих ровесников формате.

Сделаем вывод, что **именно социальные сети формируют сейчас общественное мнение, что обуславливает необходимость** создания условий, предоставляющих возможности и ресурсы для дополнительного образования, профессионального роста, самореализации и обмена идеями молодых людей, интересующихся инициативной журналистикой (журналистикой в Интернет, SMM).

Лучшей формой обучения в таком случае становятся очное обучение с элементами дистанционного или **дистанционное обучение на основе самих социальных сетей.**

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «**SMM для юных. Практический курс.**» даёт обучающимся общие знания об основных четырёх составляющих использования социальных сетей (продвижение в соцсетях, управление репутацией, поддержка аудитории, мониторинг и аналитика).

В процессе изучения этих блоков слушатели узнают, что такое целевая аудитория, контент-планирование, познакомятся с языком и форматами трансляции информационных материалов, разнообразием контента, способах привлечения и взаимодействия с аудиторией, способами подготовки материалов к публикациям и оформлению публикаций (аккаунтов, групп, страниц), возможностях рекламы, правилах безопасности использования социальных сетей, узнают о новых профессиях (smm-менеджер, контент-менеджер, администратор социальной сети, таргетолог).

Занятия способствуют интеллектуальному и эстетическому развитию детей и подростков, развивают их творческий потенциал, с учётом индивидуальных способностей и запросов.

Очевидно, что программа не охватит каждого молодого человека Воронежской области, гораздо эффективнее акцентировать работу **на наиболее талантливую и одаренную молодежь, занимающуюся инициативной журналистикой и интересующихся smm** (юных журналистов и медиа-менеджеров).

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «**SMM для юных. Практический курс.**» относится к *социально-педагогической направленности*, разработана с учётом возрастных, психологических и иных особенностей индивидуального развития обучающихся.

Область деятельности учащегося включает: в малых долях - фото и видео журналистику, графический дизайн; в большем объеме - журналистику, PR, smm.

Целью изучения программы «**SMM для юных. Практический курс.**» является овладение обучающимися комплекса соответствующих компетенций, дающих возможность и способность к самостоятельной деятельности в области smm.

Включая освоение слушателями методов создания и управления современным медиаконтентом для социальных сетей, и основы практической подготовки smm-менеджеров, владеющих основными технологическими инструментами и журналистскими навыками для работы в социальных сетях, способных производить контент для разных каналов коммуникации по той или иной тематике.

Актуальность дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «**SMM для юных. Практический курс.**» обуславливается осознанным интересом к области smm на медиа рынке высококвалифицированных специалистов, готовых к подготовке уникального контента и реализации управленческих задач в условиях цифровой медиа среды и новых технологий производства контента.

Задачи программы освоения дисциплины «**SMM для юных. Практический курс.**» включают:

1. Обучающие:

- дать основы теоретических знаний и практических навыков в области социальных сетей (понятие целевой аудитории, контент-планирования, языка и форматов трансляции информационных материалов, разнообразия мультимедийного контента, способов привлечения и взаимодействия с аудиторией, способов подготовки материалов к

публикациям и оформлению публикаций (аккаунтов, групп, страниц), возможностях рекламы, правилах безопасности использования социальных сетей).

- дать основы PR в соцсетях,
- сформировать принципы управления репутацией,
- научить приемам коммуникации (ведения диалога, ответов на комментарии) с аудиторией социальной сети,
- научить основным приемам мониторинга и аналитики социальных сетей,
- дать основы теоретических знаний и практических навыков в области профессии в сфере smm (smm-менеджер, контент-менеджер, администратор социальной сети, таргетолог);
- научить обрабатывать и использовать социально значимую информационную продукцию различных форматов (текст, фото, видео, аудио, графика) в социальных сетях;
- отработать умения исследовательской деятельности, сопряженной со сферой smm;
- дать основы выбора и формулирования темы актуальной публикации, предназначенной для размещения в социальной сети;
- научить сборке информации (работа с источниками информации с помощью разных методов), ее проверке, селекции и анализа;
- научить созданию материала с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) и в разных форматах и жанрах.

2. Развивающие:

- содействовать развитию логического мышления и памяти;
- развивать умение анализировать, обобщать, классифицировать и систематизировать;
- содействовать развитию внимания, речи, коммуникативных способностей;
- развивать умение работать в режиме творчества;
- развивать умение принимать нестандартные решения в процессе поиска интересной темы.

3. Воспитательные:

- пробудить интерес к культурным событиям, происходящим в мире, крае, городе, школе;
- содействовать формированию гуманистических ценностей и эстетического вкуса;
- способствовать формированию ответственного отношения к происходящему вокруг;
- способствовать становлению активной жизненной позиции;
- способствовать формированию лидерских качеств и чувства ответственности как необходимых качеств для успешной работы в команде (редакции);
- способствовать формированию адекватной самооценки и оценки окружающих;
- содействовать воспитанию культуры общения в коллективе.
- содействовать воспитанию культуры общения в сети Интернет.

В результате успешного освоения программы дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «SMM для юных. Практический курс.» обучающийся должен знать:

1. Знать:

- специфику и особенности социальных сетей;
- знать отличие аккаунтов, групп, публичных страниц в социальных сетях;
- знать функционал и инструментарий социальных сетей;

- специфику целевой аудитории социальной сети;
- знать приёмы привлечения целевой аудитории социальных сетей и подготовки специальных мероприятий (челленджи, опросы, конкурсы, голосования, отзывы и т.д.);
- знать приёмы коммуникации (ведения диалога) с аудиторией социальной сети (инцидент менеджмент);
- источники и методы получения информации для smm и работы с ней;
- основные формы контента в smm;
- способы построения контент-планов;
- специфику smm текста, иллюстрации к посту, фотографии, мема, инфографики, как продукта профессиональной деятельности;
- знать основные приёмы мониторинга и аналитики социальных сетей;
- знать принципы продвижения социальной аккаунта в социальной сети (PR);
- знать правовые нормы, регулирующие функционирование социальных сетей в России, права и обязанности администратора социальной сети;
- знать принципы работы хештегов и ссылочной навигации;
- знать основы безопасного использования социальной сети.

2. Уметь:

- создавать страницы, группы, аккаунты в различных социальных сетях;
- оперативно находить информационные поводы, используя внешнюю информационную поддержку и собственные информационные ресурсы;
- определять актуальность событий и явлений общественной жизни для реализации в социальной сети;
- осуществлять поиск и проверку источников информации;
- сохранять и обрабатывать полученную информацию с помощью редакторов цифровой обработки;
- планировать выход контента социальной сети;
- создавать различный контент для социальной сети - текст (пост), иллюстрацию к посту, опросы, голосования, статья, афиша, сторис, прямая трансляция, подкаст.
- участвовать в подготовке коллективного медиапродукта (новостной ленты, сторис, опросов, голосований, статей ВК), работать «в команде»;
- анализировать структуру социальных сетей, их особенности и возможности во взаимоотношении с обществом;
- оформлять графически аккаунт (группу, страницу) в социальной сети;
- уметь вести диалог с читателями социальной сети;
- уметь добавлять, удалять и блокировать подписчиков;
- уметь работать с черными списками;
- уметь работать с чатами, приглашениями, рассылками;
- уметь работать с ботами;
- уметь пользоваться всем функционалом социальной сети (фото, музыкальные и видео альбомы, обсуждения, сторисы, wi-ki страницы, хештег и ссылочная навигация);
- уметь организовывать прямую трансляцию или вести подкаст;
- уметь устанавливать и работать с дополнительными приложениями;
- пользоваться смартфоном для полной подготовки материалов smm;

- выявлять специфику методики анализа явлений, интерпретировать и комментировать факты и события, ясно излагать и аргументировать собственную точку зрения; вести диалог или полемику;

- использовать нормативные правовые документы в своей профессиональной деятельности;

- использовать правовые знания для защиты своих гражданских интересов и прав;

- руководствоваться правовыми нормами.

3. Владеть:

- поиском информации в глобальной сети Интернет;

- навыками создания и продвижения аккаунта в социальной сети;

- устойчивыми навыками подготовки и создания материалов в социальных сетях;

- навыками использования концепций работы с целевой аудиторией в качестве теоретической базы исследования;

- навыками использования программных средств и работы в компьютерных сетях, использования ресурсов Интернета; владение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации;

- инструментарием работы smm-менеджера: прогнозированием и планированием развития социальной сети, способами выпуска различных видов контента, разновидностями коммуникаций с читателями, навыками борьбы с троллями и ботами; PR технологиями в применении к smm;

- правовой культурой, применять правовые знания в редакционной работе, использовать и защищать свои профессиональные права в интересах обеспечения граждан необходимой информацией, использовать и защищать свои и чужие авторские права, пропагандировать верховенство права в жизни общества.

Отличительные особенности данной программы.

Новизна программы заключается в том, что на сегодняшний день она практически не имеет аналогов для сравнения с другими образовательными программами по данной направленности, так как рассчитана на школьников, **имеющих опыт использования социальных сетей и не имеющих опыта подготовки контента** для трансляции в социальной сети.

Срок реализации программы: 1 месяц. Программа рассчитана на 16 часов. Программа рассчитана на проведение очных или дистанционных теоретических и практических занятий с обучающимися 7-11 классов.

Критерии отбора учащихся: на занятия по данной программе принимаются обучающиеся, 7 – 11 классов, увлеченные инициативной журналистикой и желающие изучить более углубленно технологии smm. При приёме учитывается результат участия в различных региональных конкурсных мероприятиях фото, видео и журналисткой направленности, а также участие в работе школьных медиа и видео студиях, редакциях.

Используемые формы обучения: форма занятий – **групповая очная или дистанционная**. Программа разработана в соответствии с СанПиН 2.4.4.3172-14 «Санитарно-эпидемиологические требования к условиям и организации дополнительного образования».

Возраст: группы учащихся смешанные 13-17 лет.

Количество учащихся: 15 человек.

Состав группы: постоянный, разновозрастный.

Форма занятий: групповая.

При очном обучении: занятия проводятся 2 раза в неделю.

1 день: 2 академических часа (из них 2 занятия по 45 минут, 10 минут - перемена с проветриванием помещения).

1 день: 2 академических часа (из них 2 занятия по 45 минут, 10 минут - перемена с проветриванием помещения).

При дистанционном обучении: занятия проводятся 2 раза в неделю.

1 день: 1 академический час (из них 2 занятия по 30 минут, 15 минут – с двигательной активностью – зарядкой в перерыв).

1 день: 1 академический час (из них 2 занятия по 30 минут, 15 минут – с двигательной активностью – зарядкой в перерыв).

Обучение осуществляется в форме групповых теоретических и практических занятий.

На очных занятиях предусматриваются следующие формы организации учебной работы: индивидуальные (обучающемуся дается самостоятельное задание с учетом его возможностей), фронтальные (работа со всеми одновременно, например, при объяснении нового материала или отработки определенного технологического приема), работа малыми группами для выполнения определенного творческого проекта.

Практика осуществляется, как и в аудитории, так и на выездных мероприятиях.

При переходе на дистанционное обучение, практические занятия включаются в самостоятельную форму занятия.

Очные формы обучения:

- лекции, беседы, мастер-классы, лабораторно-практические занятия;
- индивидуальные консультации для учащихся;
- самостоятельные работы;
- практические работы поискового и исследовательского характера, требующие работы с информацией;
- защита творческих работ.

Дистанционные формы обучения:

- дистанционные мастер-классы;
- вебинары;
- онлайн тестирование;
- живое онлайн общение (общение в чате, аудио общение - подкаст, видео общение – прямой эфир, стрим, совместная работа – виртуальный класс);
- видео уроки;
- аудио уроки;
- практическая работа.

Учащиеся осваивают следующие типы деятельности: исследовательский, творческий, проектный, практический, а также познавательный, информационно-коммуникативный и рефлексивный.

Формы педагогического контроля.

Целью контроля ставится совпадение результатов изученного материала с целью образовательного процесса и задачами.

Задачи контроля:

- определение фактического состояния обучающегося в данный момент времени;
- прогнозирование состояния обучающегося на предстоящий период времени;
- определение причин выявленных отклонений обучающегося от заданных

параметров программы.

Оценивая знания, умения и навыки учащихся контролируются:

- уровень предусмотренных программой теоретических знаний;
- качество выполнения практических работ;
- умение пользоваться инструментами, правильная организация рабочего места, соблюдение правил техники безопасности;
- степень самостоятельности в работе;
- время, затраченное на выполнение работы.

По результатам контроля учебная программа может быть скорректирована. Результаты оценивания обучающихся представляются в форме ретингования.

Виды контроля:

- предварительный (выявляет исходный уровень подготовки);
- текущий (выявляет степень усвоения учебного материала, уровень подготовки к занятиям, заинтересованность);
- итоговый (выявляет степень достижения результатов, закрепление знаний);
- прогнозирующий (выявляет процесс получения опережающей информации о перспективах воспитанников).

Зачет - форма текущего или итогового контроля с целью отслеживания на различных этапах знаний, умений и навыков. Строится на сочетании индивидуальных, групповых и фронтальных форм. *Виды: тестирование, анкетирование.* **В очной форме обучения:** в ходе зачета обучающиеся выполняют индивидуальные контрольные задания (теоретические и практические) в устной или письменной форме. Может осуществляться взаимопроверка знаний и умений в мини-группах, проводится фронтальная беседа со всем коллективом. **В дистанционной форме обучения:** в ходе зачета обучающиеся выполняют индивидуальные контрольные задания (теоретические и практические) в письменной форме.

Конкурс творческих работ/проектов - форма итогового или текущего контроля, которая проводится с целью определения уровня усвоения содержания образовательной программы, степени подготовленности к самостоятельной работе, выявления наиболее способных и талантливых детей. Может проводиться по любому виду деятельности и теме. *Виды: творческая работа, творческий проект, решение кейса.* **Применяется для очной и заочной формы обучения.**

Творческий отчет - форма итогового контроля, направлена на подведение итогов работы одного обучающегося или всего образовательного объединения, определение уровня соответствия знаний, умений и навыков, учащихся образовательному стандарту, на

выявление уровня развития творческих способностей детей и подростков. Может проводиться по итогам изучения конкретной темы или после прохождения всего курса обучения. *Виды: презентация, защита проектной идеи, защита проекта.* **Применяется для очной и заочной формы обучения.**

Игра (дидактическая, деловая) - форма текущего или итогового контроля. Различные виды дидактических игр помогают закрепить и расширить предусмотренные программой знания, умения и навыки. Деловая игра даёт возможность смоделировать у старших школьников ситуацию погружения в процесс. *Деловая игра: «Журналистское расследование».* *Виды дидактических игр: «10 ошибок в текстах smt», «33 коровы».* **Применяется для очной и заочной формы обучения.**

Контрольно-измерительные материалы.

Конкурс творческих работ/проектов

Творческая работа по заданным условиям на тему: фотоальбом «Лучше дома».

Материально-техническое обеспечение: телефон со встроенной фотокамерой, гаджет с выходом в Интернет.

Задание: В течение дня (период не ограничен) наблюдать за объектом съемки (папа, мама, домашнее животное) и делать фотографии объекта. (У папы или мамы спросить разрешение на использование их фото). Отобрать лучшие 5 фотографий, придумать к ним название и оформить в виде альбома в социальной сети ВК. Оформить идею фотопроекта в пост и прикрепить ссылку на фотопроjekt. Хештег #НаукаМедиа

Оценивается: текст поста, а также идея фотопроекта/фоторепортажа.

Оценка результата: Зачёт или незачёт.

Дидактическая игра «Синонимы. 33 коровы».

Материально-техническое обеспечение: таймер (секундомер), лист бумаги, ручка.

Задание: За 3 минуты напишите максимальное количество синонимов глаголов к слову «выступил».

Оценка результата: Рейтинг – 5, 4, 3 лайка за наибольшее количество синонимов. Остальные получают 2 лайка. Тот, кто написал меньше всего 1 лайк.

Деловая игра «Журналистское расследование».

Материально-техническое обеспечение: таймер (секундомер), лист бумаги, ручка, гаджет с выходом в Интернет.

Задание: За 20 минут собрать наибольшее количество фактов по последней новости на день находящейся в топе Yandex новостей и оформить пост по наиболее популярной новости.

Оценка результата: Рейтинг – 5, 4, 3 лайка за пост.

Материально-техническое обеспечение при очном обучении

1. Фотоаппарат Nikon 6500 (студии)
2. Радиопетлички (Студии)

Материально-техническое обеспечение при дистанционном обучении

1. Смартфоны (собственные, участников)

**Учебный план
дополнительной общеразвивающей общеобразовательной программы
«SMM для юных. Практический курс.»**

№	Темы	Количество аудиторных часов		Количество часов	Форма контроля
		теория	практика	СР или КСР	
1	Специфика и особенность социальных сетей.	1	1	1	Творческая работа « <i>Портрет аудитории</i> »
2	Контент-планирование.	1	1	1	Творческая работа
3	Художественное оформление групп и аккаунтов социальных сетей.	1	1	1	Зачёт
4	Подготовка материала к публикации в социальных сетях.	1	1	1	Творческая работа « <i>Журналистское расследование</i> ».
5	Копирайтинг в социальных сетях. Посты и лонгриды.	1	1	1	Кейс «Лонгрид»
6	Виды привлекающего контента для социальных сетей.	1	1	1	Творческое задание «Челлендж»
7	Продвижение социальной сети.	1	1	1	Зачёт
8	Правила безопасности использования социальных сетей.	1	1	1	Зачёт
	ИТОГО:	8	8	8	
		16 часов			

* СР - Самостоятельная работа обучающегося
КСР - Контрольно-самостоятельная работа обучающегося

Тема 1. Специфика и особенность социальных сетей.

Теоретическая часть: специфика и особенность социальных сетей ВКонтакте, Facebooke, Instagram, Одноклассники, Twitter, Telegram, TikTok. Понятие «Целевая аудитория социальной сети». Различия функционала и инструментария социальных сетей.

Практическая часть: творческая работа «*Портрет аудитории*»

Тема 2. Контент-планирование.

Теоретическая часть: контент-планирование. Инструменты контент-планирования. Майндмэппинг. Знакомство с программами MindMup, Mind42, XMind. Формы контента для социальных сетей.

Практическая часть: составление интеллектуальной контент-карты аккаунта на неделю.

Тема 3. Художественное оформление групп и аккаунтов социальных сетей.

Теоретическая часть: грамотное художественное оформление групп ВК и аккаунтов IG. Знакомство с правилами создания обложек. Размеры изображений, нарезка. Wiki разметка. Как создать меню группы ВК. Приложения-помощники для социальных сетей. Знакомство с программами для оформления социальных сетей Canva, Desygner, Lightroom, Snapseed, WaterMark.

Практическая часть: оформление группы ВК.

Тема 4. Подготовка материала к публикации в социальных сетях.

Теоретическая часть: подготовка материала к публикации в социальных сетях. Сбор дополнительного материала. Фактчекинг. Оформление публикаций, совместная работа над публикациями. Смайлы. Отложенный постинг, понятие промо времени выхода, тайм-лента постов, частота выхода постов. Рассылки.

Практическая часть: творческая работа с новостным текстом.

Тема 5. Копирайтинг в социальных сетях. Посты и лонгриды.

Теоретическая часть: как писать для социальных сетей. Темы для социальных сетей. Подбор формы контента к материалу. Краткость материала без потери качества текста. Правила написания постов в социальные сети. Лонгриды и статьи ВК. Строритеринг. Как использовать силу историй? Создание тематических разделов в постах. Хештег навигация в социальных сетях. Ошибки smm текстов.

Практическая часть: творческая работа «Лонгрид».

Тема 6. Виды привлекающего контента для социальных сетей.

Теоретическая часть: знакомство с различными видами привлекающего контента. Спец проекты smm. Челленджи (марафоны), конкурсы, опросы, голосования, карты расположения, афиши, мемы. Фото, видео и аудио альбомы. Прямые трансляции. Подкасты. Сторисы.

Практическая часть: творческая работа «Челлендж»

Тема 7. Продвижение социальной сети.

Теоретическая часть: приёмы коммуникации с аудиторией социальной сети (ведения диалога, ответы на комментарии, работа с чатом, рассылки). Основные приёмы мониторинга и аналитики социальных сетей. Основы настройки контекстной рекламы.

Практическая часть: практическое занятие «Создание контекстной рекламы».

Тема 8. Правила безопасности использования социальных сетей.

Теоретическая часть: правовое регулирование использования социальных сетей. Возрастные ограничения. Авторское право. Кибербуллинг. Баны и блокировки. Белые и черные списки пользователей. Боты и тролли, как с ними бороться. Быстрые приёмы массовой блокировки во время прямых трансляций. Взлом, меры предосторожности. Восстановление аккаунта и группы после взлома.

Практическая часть: практическое занятие «Создание черного списка пользователей».

Литература для педагога.

1. Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. Ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — 304 с. ISBN 978-5-7741-0267-9
2. Амзин А. Новостная интернет - журналистика. - М.: Аспект Пресс, 2011.
3. Джон Хеджкоу Copyright. Свет и Цвет. 2005., Влад Мержевич.
4. Дьякова Е.Г. Трахтенберг А.Д. Массовая коммуникация: модели влияния. Как формируется «повестка дня»? - Екатеринбург, 2001.
5. Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 440 с. ISBN 978-5-9614-6526-6
6. Сенаторов А.А. Как запустить канал, привлечь читателей и заработать на контенте. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 160 с, ил. ISBN 978-5-9614-1485-1
7. Сьюзан Уэйншенк. 100 новых главных принципов дизайна. Как удержать внимание. — СПб.: Питер, 2016., 288 с. ил. ISBN 978-5-496-02239-2
8. Тулупов В. В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. Воронеж: Кварта, 2001—320 с.
9. Тулупов, В.В. Уроки журналистики: учеб. пособие для вузов / В.В. Тулупов. – 2е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 105 с. – (Серия: Открытая наука). – ISBN 978-5-534-09228-8
10. Черных А.А. Мир современных медиа. — М.: Издательский дом «Территория будущего», 2007. - 312 с.
11. Шкондин М.В., Вычуб Г.С., Фролова Т.И. Проблематика СМИ: информационная повестка дня / Под ред. Шкондина, Вычуба, Фроловой. - М.: Аспект-пресс, 2008. – 316 с.

Литература для учащегося.

1. Бабаев А., Евдокимов Н., Иванов А. Контекстная реклама. Питер, СПб, 2011 – 304 с.; ISBN 978-5-459-00335-2
2. Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 440 с. ISBN 978-5-9614-6526-6
3. Каплунов Д.А., Бизнес копирайтинг. Как писать серьезные тексты для серьезных людей – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 400 с. ISBN 978-5-00057-471-3
4. Лукина М.М. Технология интервью. Учебное пособие. - М., 2008.
5. Сенаторов А.А. Как запустить канал, привлечь читателей и заработать на контенте. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 160 с, ил. ISBN 978-5-9614-1485-1
6. Слободянюк, Э. Клад для копирайтера. Технология создания захватывающих текстов – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с. ISBN 978-5-91657-826-3
7. Хэгerti Дж. О креативности: Здесь нет правил. Пер. Адреев А. — М.: Эксмо, 2016. — 128 с.: ил. ISBN 978-5-699-76415-0