

|   |   |
|---|---|
| <b>Назва дисципліни</b>   | Соціальні медіа   |
| <b>Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни</b> | 3 кредити / 90 годин  |
| <b>Вид підсумкового контролю</b>  | залік   |
| <b>Викладач (і)</b>   | Андрощук Ірина Миколаївна   |
| <b>Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, в соцмережі</b>                   | <a href="https://fipmv.rv.ua/index.php/kafedry/kafedra-politologii-i-sotsiologii">https://fipmv.rv.ua/index.php/kafedry/kafedra-politologii-i-sotsiologii</a> |
| <b>E-mail викладача:</b>  | iryna.androshchuk@rshu.edu.ua   |
| <b>Мова викладання</b>  | українська  |
| <b>Консультації</b>   | Очні консультації: на кафедрі згідно з графіком консультацій  |

### Цілі навчальної дисципліни

**Мета** – формування у здобувачів вищої освіти системи теоретичних знань щодо історії створення та сучасного стану соціальних медіа, позитивних та негативних рис існування соціальних медіа, основних напрямів розвитку інтерактивного маркетингу у таких типах соціальних медіа як: спільні проекти, блоги і мікроблоги, контент-спільноти, соціальні мережі, віртуальні ігрові світи, віртуальні соціальні світи.

#### Завдання:

- розкрити зміст провідних соціологічних теорій, які стосуються засобів масової комунікації, розглянути основні технології впливу медіа на суспільство;
- розглянути особливості масової комунікації в пострадянському, європейському та загальносвітовому просторі як соціального інституту;
- окреслити наукові підходи до соціальних медіа, взаємодії користувачів та кіберпростору, новинний потенціал соціальних медіа;
- навчити проводити моніторинг медіа щодо поширення ними певної ідеології, культурно-ціннісних установок, встановлення влади певних соціальних інститутів тощо;
- надати базові знання щодо: створення аканту в різноманітних соціальних мережах, вибору цільової аудиторії, дослідження впливу «лідерів думок» у соціальних мережах; написання контент-плану.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти таких загальних та фахових компетентностей.

#### Загальні компетентності:

**ЗК 1.** Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

**ЗК 2.** Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

**ЗК 2.** Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя..

**ЗК12.** Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

**ЗК14.** Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен

**Р 11.** Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати

маркетингові функції ринкового суб'єкта.

**Р 15.** Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

**Р 18.** Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.

### **Передумови вивчення дисципліни для формування програмних результатів навчання та компетентностей**

Ефективність засвоєння змісту дисципліни «Соціальні медіа» значно підвищиться, якщо здобувач вищої освіти попередньо опанував матеріалом таких дисциплін як: «Історія України», «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Психологія», «Соціологія».

### **Перелік тем**

- Тема 1. Масова культура, ідеологія споживання і медіа.
- Тема 2. Усвідомлене медіа споживання. Процес відбору новин.
- Тема 3. Маніпуляції в медіа. Пропаганда.
- Тема 4. Фейк як один з механізмів інформаційної маніпуляції.
- Тема 5. Соціальні мережеві технології: типологія та класифікація.
- Тема 6. Критичне сприйняття та протидія маніпуляціям мас-медіа.

### **Рекомендована література та інформаційні ресурси**

#### **Базова**

1. Єнін М.Н. Соціологія масової комунікації: навч. посіб. Луганськ: ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2012. 167 с.
2. Медіаосвіта та медіаграмотність: підруч. / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352 с.
3. Медіаосвіта та медіаграмотність : короткий огляд / В. Ф. Іванов та ін. 2-ге вид., стер. К.: АУП, ЦВП, 2012. 58 с. URL: <http://www.aup.com.ua/upload/ogliad.pdf>
4. Медіаосвіта та медіаграмотність: підруч. для студ. пед. колед. / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. Київ: Центр Вільної Преси, 2014. 431 с. URL: <http://www.aup.com.ua/uploads/mo3.pdf>
5. Іванов В.Ф. Соціологія масової комунікації: навч. посіб. / В.Ф. Іванов: Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. Центр вільної преси. К.: Центр вільної преси, 1999. 210 с.
6. Лукашевич М., Шандор Ф. Соціологія масової комунікації. К.: Знання.2015. 367 с.
7. Робота із соціальними мережами: посібник. URL: <http://surl.li/ewfil>
8. Чирак І. М. Економіка соціальних медіа: навч. посібник. Тернопіль: ЗУНУ, 2023. 300 с. URL: <http://surl.li/rxufq>
9. Шевчук І. Б. Бізнес у соціальних мережах: навч. посіб. Львів: Видавництво ННВК «АТБ», 2021. 219 с. <http://surl.li/hjgwi>

#### **Додаткова**

1. Гендер для медій. Підручник із гендерної теорії для журналістики та інших соціогуманітарних спеціальностей \за ред. М.Маєрчик. К.: Критика, 2014. 217 с.
2. Іванов В.Ф. Соціологія і журналістика: Тексти лекцій. К.: Навч.-видавн. центр Ін-ту журналістики, 1994.
3. Лубкович І.М. Соціологія і журналістика: підручник. Львів: ПАІС, 2013. 232 с.
4. Почепцов Г.Г. Теорія комунікації. К: ВПЦ «Київський університет», 1999. 308 с.
5. Шульц В. Процес комунікації. Публіцистика. Масова комунікація. К.: АУП, ЦВП, 2007. С. 619-646.
6. DiNucci D. Fragmented future. Print. 1999. Vol. 19. № 4. P. 32–33.
7. Lawson M. Berners-Lee on the read / write web. BBC : веб-сайт. 2005. URL: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4132752.stm>.
8. Breslin J. G., Passant A., Decker S. Introduction to the Social Web (Web 2.0, social media,

social software). The Social Semantic Web. Springer, Berlin, Heidelberg, 2009. P. 21–44.

9. Zhang Y., Leung L.A. review of social networking service (SNS) research in communication journals from 2006 to 2011. *New media & society*. 2015. Vol. 17. № 7. P. 1007–1024.

10. Obar J. A., Wildman S. S. Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. *Telecommunications policy*. 2015. Vol. 39. № 9. P. 745–750.

11. Lundmark L. W., Oh C., Verhaal J. C. A little Birdie told me: Social media, organizational legitimacy, and underpricing in initial public offerings. *Information Systems Frontiers*. 2017. Vol. 19. № 6. P. 1407–1422.

12. Xu Y. C. et al. Retaining and attracting users in social networking services: An empirical investigation of cyber migration. *The Journal of Strategic Information Systems*. 2014. Vol. 23. № 3. P. 239–253.

13. Murthy D. Towards a sociological understanding of social media: Theorizing Twitter. *Sociology*. 2012. Vol. 46. № 6. P. 1059–1073.

14. Miranda S. M., Young A., Yetgin E. Are social media emancipatory or hegemonic? Societal effects of mass media digitization in the case of the SOPA discourse. *MIS quarterly*. 2016. Vol. 40. № 2. P. 303–329.

### Інформаційні (інтернет) ресурси

1. Електронна бібліотека РДГУ. URL: <http://server.rdgu-dkm.rv.ua/library/>.
2. Буковинська бібліотека. URL: <https://buklib.net/books/21875/>.
3. OSVITA.UA. URL: [https://osvita.ua/vnz/reports/econom\\_pidpr/](https://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/).
4. Навчальні матеріали онлайн. URL: <https://pidruchniki.com>.
5. Сайт Верховної ради України. URL: <http://www.rada.com.ua>.
6. Он-лайн бібліотека для студентів. URL: <https://www.twirpx.com/>.
7. Додаток Google AdWords. URL: <https://ads.google.com>.
8. Інструментарій сучасного менеджменту: <http://www.management.com>.
9. Законодавство України : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
10. Бізнес-портал: <http://www.buziness.info>.
11. Загальноекономічний глосарій : <http://www.ssu-ekonomika.net>.
12. Інтернет портал для управлінців: <http://www.management.com.ua>.

### Технічне й програмне забезпечення / обладнання

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернет для:

- комунікації та опитувань;
- виконання домашніх завдань;
- виконання завдань самостійної роботи;
- проходження тестування (поточний, модульний, підсумковий контроль).

### Види та методи навчання і оцінювання

| Код компетентності (згідно ОПШ) | Назва компетентності  | Код програмного результату навчання | Назва програмного результату навчання  | Методи навчання*                              | Методи оцінювання результатів навчання** |
|---------------------------------|---|-------------------------------------|--|---|--|
| ЗК 1.                           | Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. | P15                                 | Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості | MН1<br>MН2<br>MН3<br>MН4<br>MН5<br>MН6<br>MН7 | МО2<br>МО4<br>МО6<br>МО7<br>МО9<br>МО10  |
|                                 |   | P18                                 | Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій  | MН1<br>MН2<br>MН3<br>MН4<br>MН5<br>MН6        | МО2<br>МО4<br>МО6<br>МО7<br>МО9<br>МО10  |

|        |  |       |  |   |   |
|--------|--|-------|--|---|---|
|        |  |       | діяльності   | MН7   |   |
| ЗК 2.  | Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні | P15   | Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості | MН1<br>MН2<br>MН3<br>MН4<br>MН5<br>MН6<br>MН7 | МО2<br>МО4<br>МО6<br>МО7<br>МО9<br>МО10 |
|        |  | P18   | Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності   | MН1<br>MН2<br>MН3<br>MН4<br>MН5<br>MН6<br>MН7 | МО2<br>МО4<br>МО6<br>МО7<br>МО9<br>МО10 |
| ЗК 12. | Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності)   | P 11. | Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта   | MН1<br>MН2<br>MН3<br>MН4<br>MН5<br>MН6<br>MН7 | МО2<br>МО4<br>МО6<br>МО7<br>МО9<br>МО10 |
| ЗК14.  | Здатність діяти соціально відповідально та свідомо   | P 15. | Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості | MН1<br>MН2<br>MН3<br>MН4<br>MН5<br>MН6<br>MН7 | МО2<br>МО4<br>МО6<br>МО7<br>МО9<br>МО10 |
|        |  | P18   | Демонструвати відповідальність у ставленні до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності   | MН1<br>MН2<br>MН3<br>MН4<br>MН5<br>MН6<br>MН7 | МО2<br>МО4<br>МО6<br>МО7<br>МО9<br>МО10 |

\* МН1 – словесний метод (лекція, дискусія, співбесіда тощо); МН2 – практичний метод (лабораторні та практичні заняття); МН3 – наочний метод (метод ілюстрацій і метод демонстрацій); МН4 – робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування, рецензування, складання реферату); МН5 – відеометод у поєднанні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); МН6 – самостійна робота (розв'язання програмних завдань); МН7 – індивідуальна науково-дослідна робота студентів.

\*\* МО1 – екзамен; МО2 – усне або письмове опитування; МО3 – колоквиум; МО4 – тестування; МО5 – командні проекти; МО6 – реферати, есе; МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень; МО8 – студентські презентації та виступи на наукових заходах; МО9 – захист лабораторних і практичних робіт; МО10 – залік.

### Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни «Соціальні медіа»

| Поточне тестування та самостійна робота |    |    |    |    |    | Сума |
|---|----|----|----|----|----|------|
| T1                                      | T2 | T3 | T4 | T5 | T6 |      |
| 10                                      | 10 | 10 | 10 | 10 | 10 |      |
| Модульний контроль - 40                 |    |    |    |    |    | 100  |

## Система та критерії оцінювання у Рівненському державному гуманітарному університеті

Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми / виду діяльності може бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподілі балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни.

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється згідно Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

| Сума балів за всі види навчальної діяльності | Оцінка в ЄКТС | Значення оцінки ЄКТС   | Критерії оцінювання   | Рівень компетентності                 | Оцінка за національною шкалою |               |
|--|---------------|--|---|---------------------------------------|-------------------------------|---------------|
|  |               |  |   |                                       | екзамен                       | залік         |
| 90–100                                       | <b>A</b>      | відмінно   | здобувач вищої освіти (ВО) виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності | Високий (творчий)                     | відмінно                      | зараховано    |
| 82–89  | <b>B</b>      | дуже добре   | здобувач ВО вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна  | Достатній (конструктивно-варіативний) |                               |               |
| 74–81  | <b>C</b>      | добре  | здобувач ВО вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, загалом самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок  |                                       |                               |               |
| 64–73  | <b>D</b>      | задовільно   | здобувач ВО відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих  | Середній (репродуктивний)             |                               |               |
| 60–63  | <b>E</b>      | достатньо  | здобувач ВО володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні  | Середній (репродуктивний)             |                               |               |
| 35–59  | <b>FX</b>     | незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю | здобувач ВО володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу  | Низький (рецептивно-продуктивний)     | незадовільно                  | не зараховано |

|      |          |  |   |                                   |              |               |
|------|----------|--|---|-----------------------------------|--------------|---------------|
| 0–34 | <b>F</b> | незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни | здобувач ВО володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів | Низький (рецептивно-продуктивний) | незадовільно | не зараховано |
|------|----------|--|---|-----------------------------------|--------------|---------------|

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання лабораторних досліджень; оцінка (бали) за практичну діяльність; оцінка за ІНДЗ; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

Залік виставляється за результатами поточного модульного контролю, проводиться по завершенню вивчення навчальної дисципліни.

### **Політика дисципліни**

При організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти. Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому обов'язково враховуються присутність на заняттях та активність під час практичного заняття; (не)допустимість пропусків та запізнь на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття; несвочасне виконання поставленого завдання тощо.

### **Політика доброчесності**

Здобувач вищої освіти виконуючи самостійну або індивідуальну роботу повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.