

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Томский государственный педагогический университет»
(ТГПУ)**

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИИЯМС

А.Г. Богданова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

SMM-текст

Направление подготовки: 45.03.02 Лингвистика

Направленность (профиль): Медиалингвистика и коммуникации

Форма обучения: очная

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) утверждена на заседании кафедры английской филологии и межкультурной коммуникации «01» сентября 2025 г.

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) одобрена учебно-методической комиссией института «01» сентября 2025 г.

1. МЕСТО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ (ОП)

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.02
1.1	Дисциплины (модули) и практики, содержательно связанные с данной дисциплиной (модулем):
1.1.1	Технологии создания и редактирования медиатекстов
1.1.2	Медиапрактики, медиаэффекты и исследования аудитории
1.1.3	Научно-исследовательская работа (производственная практика)
1.1.4	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ПК-2 Способен осваивать специальные знания в предметной и (или) профессиональной области (ях), осуществлять их критический анализ и создавать на их основе новые знания и (или) технологии и (или) методы профессиональной деятельности по профилю образовательной программы	ИПК-2.1 Определяет на основе специальных научно-теоретических знаний специфику развития конкретных узких направлений развития предметной области или области профессиональной деятельности, формулирует цели и задачи дальнейших исследований ИПК-2.2 Осуществляет исследования в области специальных научно-теоретических знаний, формулирует новые знания прикладного характера и (или) технологии и (или) методы профессиональной деятельности по профилю образовательной программы, осуществляет их апробацию и проводит экспертизу эффективности результатов	Знать: механизмы создания разных типов SMM-текстов; методы анализа SMM-текстов; организационные и этические принципы формирования и использования SMM-текстов Уметь: эффективно и целенаправленно использовать SMM-текст в коммуникативно-речевых ситуациях, типичных для своей профессиональной деятельности; проводить анализ SMM-текстов; использовать различные технологии коммуникативного воздействия на целевую аудиторию с помощью SMM-текста Владеть: навыками работы с SMM-текстом; классификацией SMM-текстов; создания эффективного SMM-текста
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1 Анализирует задачу, выделяя её базовые составляющие ИУК-1.2 Для решения задачи осуществляет поиск информации по различным типам запросов ИУК-1.3 Определяет, анализирует и синтезирует информацию, необходимую для решения задачи ИУК-1.4 При обработке информации применяет системный подход для решения поставленной задачи, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свою позицию	Знать: особенности SMM-текстов различных жанров Уметь: определять жанровую принадлежность SMM-текстов Владеть: навыками анализа эффективности SMM-текстов
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	ИУК-4.1 Грамотно и ясно строит диалог в процессе делового общения на русском и иностранном(ых) языке(ах) ИУК-4.2 Демонстрирует умение осуществлять деловую переписку на русском языке и иностранном(ых) языке(ах), учитывая особенности стилистики делового письма	Знать: принципы создания информационных и аналитических журналистских текстов Уметь: создавать журналистские тексты в соответствии с заданным жанром Владеть:

	ИУК-4.3 Демонстрирует умение публичного выступления на русском и иностранном(ых) языке(ах) с учетом цели общения и характеристик аудитории ИУК-4.4 Осуществляет поиск информации на русском и иностранном(ых) языке(ах) из печатных и электронных источников для решения коммуникативных задач в устной и письменной формах ИУК-4.5 Демонстрирует умение осуществлять перевод профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на русский, с русского языка на иностранный (е) язык(и) ИУК-4.6 Демонстрирует умение устного и письменного представления результатов деятельности на иностранном(ых) языке(ах)	навыками поиска, отбора информации для создания журналистского текста
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИУК-5.1 Демонстрирует умение находить и использовать необходимую для взаимодействия информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных и национальных групп ИУК-5.2 Демонстрирует способность адекватного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах ИУК-5.3 Соблюдает требования в процессе межкультурного взаимодействия уважительного отношения к историческому наследию и культурным традициям различных национальных и социальных групп	Знать: особенности развития SMM в России и за рубежом Уметь: оценивать социальную ответственность профессиональной деятельности в SMM Владеть: методами правовой и этической оценки проблемных ситуаций в профессиональной деятельности SMM-специалиста

3. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ), СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ И ПО ТЕМАМ (РАЗДЕЛАМ)

№ п/п	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр	Всего часов	ПП
Раздел 1. Обзор возможностей соцсетей и мессенджеров				
1.1	Базовые принципы продвижения в соцсетях. ВКонтакте: обзор платформы. Телеграм: возможности мессенджера. Другие соцсети: ОК, Дзен, YouTube. Подбираем соцсети для продвижения под цели бизнеса. Нестандартные соцсети: Pinterest, Likee, Twitch /Пр/	7	4	–
1.2	Сбор данных перед подготовкой плана продвижения в соцсетях /Ср/	7	8	–
Раздел 2. Способы бесплатного продвижения в сетях. Контент-план				
2.1	Что такое послание бренда и как оно связано с SMM-продвижением. Tone of Voice в продвижении бизнеса. Визуальный язык бренда. Как учитывать ToV и визуальный язык при планировании и создании контента /Пр/	7	2	–
2.2	Бесплатное продвижение в соцсетях /Ср/	7	8	–
Раздел 3. Способы платного продвижения в соцсетях. Контент-план				
3.1	Обзор возможностей платного продвижения Основные типы и инструменты платного продвижения в соцсетях. Форматы контента, необходимые для платного продвижения. Нативная реклама в соцсетях. Работа с блогерами и инфлюенсерами: основные возможности и площадки. Как подобрать блогеров под цели продвижения и организовать с ними сотрудничество. Софтскилы в SMM: подводные камни общения с блогерами /Пр/	7	4	–
3.2	Подготовка медиаплана /Ср/	7	8	–
Раздел 4. Подготовка контента: роли и задачи				
4.1	Как создать контент, отвечающий посланию бренда: Tone of Voice и визуальная концепция. Роли и задачи в работе над контентом. Как поставить ТЗ на разработку контента подрядчику. Софтскилы в SMM: как организовать работу над производством контента /Пр/	7	8	–

4.2	Создание контента: основные инструменты /Ср/	7	8	–
Раздел 5. Создание и ведение аккаунтов в сетях				
5.1	Упаковка аккаунта для продвижения Как подготовить аккаунт в соцсети к продвижению. Создаём и оформляем аккаунт ВКонтакте. Создаём и оформляем канал и чат в Телеграме. Создаём и оформляем аккаунты в Одноклассниках и Дзене. Чек-лист проверки готовности аккаунта к продвижению /Пр/	7	8	–
5.2	Работаем с пользователями /Ср/	7	8	–
Раздел 6. Подготовка аккаунта к продвижению				
6.1	Подготовка к итоговой работе /Ср/	7	6	–

Примечание: ПП – практическая подготовка.

4. ТРУДОЁМКОСТЬ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ, САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ ОБУЧАЮЩИХСЯ И ФОРМАМ КОНТРОЛЯ

Объем в зачетных единицах: 2 з.е., в академических часах: 72 акад. час.

Формы контроля в семестрах:

зачеты 7

Вид занятий	Распределение по семестрам (в академических часах)							
	Итого				7			
	РУП		РПД		РУП		РПД	
	Всего	ПП	Всего	ПП	Всего	ПП	Всего	ПП
Практические занятия	26	–	26	–	26	–	26	–
Самостоятельная работа	46	–	46	–	46	–	46	–
Итого часов	72	–	72	–	72	–	72	–

5. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

5.1. Учебная литература *

№ п/п	Автор(ы), составитель(и)	Заглавие	Издательство, год, количество страниц
1	Иссерс О. С.	Речевое воздействие: учебное пособие для вузов	Москва: Флинта, 2011. – 223, [1] с.
2	Болотнов А. В.	Текстовая деятельность как отражение коммуникативного и когнитивного стилей информационно-медийной языковой личности: монография	Томск: Изд-во Томского ЦНТИ, 2015. – 273 с.
3	Болотнова Н. С.	Методики смыслового и лингвопрагматического анализа медиатекста: учебное пособие для в	Томск: Изд-во Томского ЦНТИ, 2015. – 155 с.
4	Болотнова Н. С., Болотнов А. В., Камнева Н. В., Каширин А. А., Курьянович А. В., Пушкарева И. А.	Языковая личность и медиасреда : коммуникативно-когнитивные аспекты взаимодействия: коллективная монография	Томск: Томский ЦНТИ, 2017. – 248 с.
5	Иванова	Копирайтинг : секреты составления рекламных и PR-текстов: правовые и этические аспекты : классификация и примеры PR-материалов	СПб.: Питер, 2005. – 140, [4] с.
6	Уилкоккс	Как создавать PR-тексты и эффективно взаимодействовать со СМИ	М.: Консалтинговая группа "ИМИДЖ-Контакт" [и др.], 2004. – 759, [11] с.
7	Сметанина С. И.	Медиа-текст в системе культуры : динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века: монография	Санкт-Петербург: Михайлов В. А., 2002. – 382 с.

5.2. Перечень электронных образовательных ресурсов, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения учебной дисциплины (модуля) *

1	Интернет-портал: TexTerra (https://texterra.ru/blog/smm/)
2	Корпоративный блог сервиса работы с соцсетями TargetHunter (https://workspace.ru/guide/media/targethunter/)
3	Семантика-медиа – интернет портал о медиа, реклам и PR (https://semantica-media.ru/blog/category/smm)

5.3. Перечень программного обеспечения (лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в т.ч. отечественного производства), используемого при осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине (модулю)

1	Стандартный офисный пакет Свободно распространяемое и/или проприетарное (коммерческое) программное обеспечение, включающее текстовый процессор, табличный процессор, программу подготовки презентаций.
---	---

* Примечание к разделу.

Дата обращения к электронным учебным изданиям (включая электронные издания из электронных библиотечных систем), электронным образовательным ресурсам, современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам совпадает с датой утверждения рабочей программы учебной дисциплины (модуля).

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

6.1. Учебная аудитория для проведения:

- занятий семинарского (практического) типа,
- групповых и индивидуальных консультаций,
- текущего контроля и промежуточной аттестации.

ОСНАЩЕНИЕ:

Учебная аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, для проведения занятий лекционного типа, практических занятий (семинарского типа), курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Для проведения занятий лекционного типа обучающимся предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

6.2. Помещения для самостоятельной работы обучающихся.

ОСНАЩЕНИЕ:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные учебной мебелью. Рабочие места обучающихся оборудованы компьютерной техникой и подключены в локальную вычислительную сеть, в т.ч. с использованием беспроводного Wi-Fi подключения, с возможностью выхода в глобальную сеть Интернет и с доступом в электронную информационно-образовательную среду.

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ:

Комплект свободно распространяемого программного обеспечения или проприетарного (коммерческого) программного обеспечения, включая

- браузер,
- просмотрщики pdf- и djvu-файлов,
- офисный пакет (в т.ч. текстовый процессор, табличный процессор, программа подготовки презентаций).

6.3. Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1. Методические рекомендации для обучающихся по освоению учебной дисциплины (модуля)

Изучение дисциплины «SMM-текст» строится на системной основе в сочетании практических форм занятий и самостоятельной работы. В ходе прохождения обучения студенты должны овладеть методологическим базисом изучаемой дисциплины, уметь создавать текст для разных сетей. Успешное изучение курса требует от студентов посещения активной работы на семинарах, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с базовыми учебниками, основной и дополнительной литературой.

8. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Представлены в Приложении.

Рабочая программа учебной дисциплины (модуля) составлена в соответствии с учебным планом, федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 45.03.02 Лингвистика

Разработчик(и) рабочей программы учебной дисциплины (модуля):

Пирогова Дарья Геннадьевна, преподаватель

**ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)**

SMM-текст

Направление подготовки: 45.03.02 Лингвистика

Направленность (профиль): Медиалингвистика и коммуникации

Форма обучения: очная