

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра туристичного бізнесу та країнознавства

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

В.о. декана факультету
міжнародних економічних
відносин та туристичного бізнесу
доц. Тетяна МІРОШНИЧЕНКО



“30” серпня 2024 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

Культура соціальних мереж

рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
галузь знань	29 «Міжнародні відносини»
спеціальність	291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»
освітні програми	«Міжнародні відносини та регіональні студії»
вид дисципліни	за вибором

Навчально-науковий інститут «Каразінський інститут міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу»

2024 / 2025 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

“28” серпня 2024 року, протокол № 19

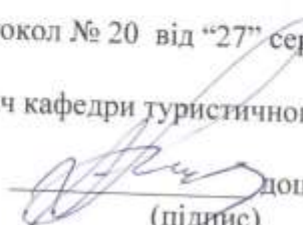
РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

канд. іст. наук, доцент кафедри туристичного бізнесу та країнознавства Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
Іван ПОСОХОВ

Програму схвалено на засіданні кафедри туристичного бізнесу та країнознавства


Протокол № 20 від “27” серпня 2024 року

Завідувач кафедри туристичного бізнесу та країнознавства


доц. Анатолій ПАРФІНЕНКО
(підпис)

Програму погоджено з гарантом освітньої-професійної програми «МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ ТА РЕГІОНАЛЬНІ СТУДІЇ»


Гарант освітньої-професійної програми «МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ ТА РЕГІОНАЛЬНІ СТУДІЇ»


доц. Ганна ПАНАСЕНКО
(підпис)

Програму погоджено науково-методичною комісією факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Протокол № 16 від “28” серпня 2024 року

Голова науково-методичної комісії факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу


доц. Олена МИКОЛЕНКО
(підпис)

Міністерство освіти і науки України
 Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
 Кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу

“ЗАТВЕРДЖУЮ”

В.о. директора ННІ
 «Каразінський інститут
 міжнародних відносин та
 туристичного бізнесу»
 Микола ПИСАРЕВСЬКИЙ



“17” вересня 2024 р.

Робоча програма навчальної дисципліни

Культура соціальних мереж

рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
галузь знань	29 «Міжнародні відносини»
спеціальність	291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії»
освітні програми	«Міжнародні відносини та регіональні студії»
вид дисципліни	за вибором

ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

2024 / 2025 навчальний рік

Програму рекомендовано до затвердження Вченою радою ННІ
«Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

“17” вересня 2024 року, протокол № 2

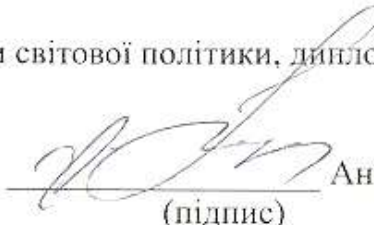
РОЗРОБНИК ПРОГРАМИ:

канд. іст. наук, доцент кафедри світової політики, дипломатії та туристичного
бізнесу Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
Іван ПОСОХОВ

Програму схвалено на засіданні кафедри світової політики, дипломатії та
туристичного бізнесу

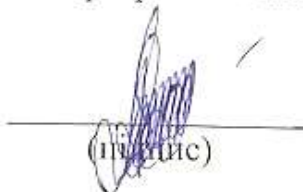
Протокол № 1 від “3” вересня 2024 року

В.о. завідувача кафедри світової політики, дипломатії та туристичного
бізнесу


Анатолій ПАРФІНЕНКО
(підпис)

Програму погоджено з гарантом освітньої-професійної програми
«МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ ТА РЕГІОНАЛЬНІ СТУДІЇ»

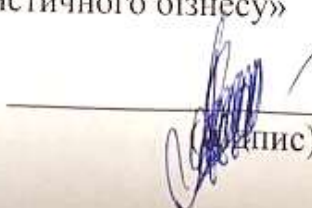
Гарант освітньої-професійної програми «МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ ТА
РЕГІОНАЛЬНІ СТУДІЇ»


доц. Ганна ПАНАСЕНКО
(підпис)

Програму погоджено науково-методичною комісією
ННІ «Каразінський інститут міжнародних відносин та туристичного бізнесу»

Протокол № 1 від “17” вересня 2024 року

Голова науково-методичної комісії ННІ «Каразінський інститут міжнародних
відносин та туристичного бізнесу»


Ганна ПАНАСЕНКО
(підпис)

ВСТУП

Програма навчальної дисципліни «Культура соціальних мереж» складена відповідно до освітньо-професійної програми «Міжнародні відносини та регіональні студії» підготовки бакалавра за спеціальністю 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії».

1. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

1.1. Метою викладання навчальної дисципліни є:

формування у студентів розуміння соціальних мереж як важливого культурного феномена сучасності. Курс має на меті ознайомити з історією розвитку платформ, їх впливом на соціальні норми, поведінку та масову комунікацію. Особлива увага приділяється аналізу інформаційних процесів, етичних аспектів, а також формуванню навичок критичного мислення та медіаграмотності для безпечного й відповідального користування соціальними мережами.

1.2. Основними завданнями вивчення дисципліни є:

- Ознайомлення студентів з історією виникнення та розвитку соціальних мереж.
- Аналіз впливу соціальних мереж на формування культурних цінностей, соціальних норм та поведінкових моделей.
- Вивчення механізмів комунікації та інформаційних процесів у соціальних мережах.
- Розвиток навичок критичного аналізу контенту, що поширюється через соціальні мережі.
- Формування знань про етичні аспекти та інформаційну безпеку в соціальних мережах.
- Дослідження ролі соціальних мереж у формуванні масової поведінки та психологічних впливів на аудиторію.
- Опанування інструментів активності та маркетингу у соціальних мережах для професійного застосування.

Дисципліна виконує освітню, світоглядну, інформаційну, розвиваючу, навчальну функції. При цьому в центрі уваги залишається людина з її потребами, ціннісними орієнтаціями та світоглядними уявленнями.

Формування наступних загальних компетентностей:

ЗК1. Здатність реалізовувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина України.

ЗК3. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК4. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК6. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК9. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології.

ЗК10. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК11. Здатність спілкуватися іноземною мовою.

ЗК14. Здатність планувати та управляти часом.

ЗК 17. Здатність працювати як автономно, так і у команді.

ЗК 18. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації, зокрема в міжнародному контексті.

ЗК 19. Навички міжособистісної взаємодії, цінування та повага різноманітності та багатокультурності.

Формування наступних спеціальних (фахових) компетентностей:

СК20. Здатність визначати політичні, дипломатичні, безпекові, суспільні, юридичні, економічні й інші ризики у сфері міжнародних відносин та глобальних процесів.

1.3. Кількість кредитів: 4

1.4. Загальна кількість годин: 120 годин

1.5. Характеристика навчальної дисципліни	
За вибором	
Денна форма навчання	Заочна (дистанційна) форма навчання
Рік підготовки	
4-й	
Семестр	
7-й	
Лекції	
32 год.	
Практичні, семінарські заняття	
16 год.	
Лабораторні заняття	

Самостійна робота	
72 год.	
в т.ч. ндивідуальні завдання	

1.6. Заплановані результати навчання

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти мають досягти наступних результатів:

<i>PH 05</i>	Знати природу та механізми міжнародних комунікацій.
<i>PH 10</i>	Вільно спілкуватися державною та іноземними мовами на професійному рівні, необхідному для ведення професійної дискусії, підготовки аналітичних та дослідницьких документів.
<i>PH 16</i>	Розуміти та відстоювати національні інтереси України у міжнародній діяльності.
<i>PH 17</i>	Мати навички самостійного визначення освітніх цілей та навчання, пошуку необхідних для їх досягнення освітніх ресурсів.
<i>PH 19</i>	Визначати політичні, дипломатичні, безпекові, суспільні, юридичні, економічні й інші ризики у сфері міжнародних відносин та глобальних процесів.
<i>PH 24</i>	Здійснювати діяльність у дипломатичній та інших суміжних до міжнародного співробітництва сферах.

2. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. «Культура соціальних мереж» як навчальна дисципліна

Визначення поняття "культура соціальних мереж". Соціальні мережі як новий культурний простір. Соціальні мережі як інструмент комунікації та взаємодії. Вплив соціальних мереж на соціальні, культурні та економічні процеси. Аудиторія соціальних мереж: демографічні особливості. Етичні аспекти поведінки в соціальних мережах. Вплив соціальних мереж на культуру споживання інформації. Роль соціальних мереж у формуванні ідентичності особистості. Навчання основам критичного мислення та медіаграмотності.

Тема 2. Розвиток соціальних мереж: історія та сучасність

Виникнення перших соціальних платформ: історичний контекст. Розвиток соціальних мереж у 2000-х роках. Еволюція функціональних можливостей платформ. Популяризація соціальних мереж серед різних верств населення. Зміна моделей комунікації з розвитком соціальних мереж. Соціальні мережі в епоху мобільного інтернету. Вплив технологічних інновацій на розвиток соцмереж. Основні етапи розвитку Facebook, Instagram, Twitter, TikTok та інших платформ. Тенденції розвитку сучасних соціальних мереж.

Тема 3. Соціальні мережі як інформаційний ресурс

Соціальні мережі як засіб отримання інформації. Джерела контенту в соціальних мережах: користувачі, медіа, компанії. Інформаційний ландшафт соціальних мереж: тренди та теми. Соціальні мережі як платформа для новин та медіа. Актуальність і достовірність інформації в соцмережах. Вірусний контент: фактори поширення та вплив. Вплив соцмереж на традиційні медіа. Алгоритми соціальних мереж та персоналізація інформації. Фейки, маніпуляції та інформаційна безпека.

Тема 4. Соціальні мережі як чинник формування культурних цінностей і норм

Вплив соціальних мереж на формування культурних цінностей. Механізми поширення культурних норм через соцмережі. Взаємодія глобальних та локальних культур у соцмережах. Соціальні мережі як платформа для культурних трендів і моди. Роль інфлюенсерів у формуванні культурних норм. Поширення мовних та поведінкових патернів через соціальні мережі. Виклики мультикультурності та толерантності в соцмережах. Вплив соціальних мереж на молодіжні субкультури. Конфлікти та дискусії в соціальних мережах щодо культурних норм.

Тема 5. Складові комунікації у соціальних мережах

Вербальна та невербальна комунікація в соціальних мережах. Роль тексту, зображень, відео та емодзі в онлайн-спілкуванні. Способи створення та сприйняття контенту. Вплив алгоритмів на видимість комунікацій у соцмережах. Роль хештегів і тегів у систематизації контенту. Особливості приватної та публічної комунікації. Соціальні мережі як простір для групових дискусій. Вплив комунікаційних бар'єрів та мовних різниць. Особливості емоційної взаємодії в соцмережах.

Тема 6. Інструменти активності користувачів у соціальних мережах

Пости, репости та коментарі як основні форми активності. Лайки, реакції та інші показники взаємодії. Створення візуального контенту: фото, відео, графіки. Використання історій, прямих ефірів та коротких відео. Інтерактивні функції: опитування, вікторини, виклики. Функції просування контенту: таргетована реклама та спонсоровані публікації. Вплив ігор та інтерактивних платформ на активність

користувачів. Інструменти персоналізації та налаштування акаунтів. Аналітика активності та її вплив на контент-стратегії.

Тема 7. Комунікаційні характеристики найпоширеніших соціальних мереж світу

Особливості комунікації в Facebook: текстовий контент та взаємодія. Instagram: акцент на візуальний контент та взаємодія через зображення. Twitter: короткі повідомлення, хештеги, поширення новин. TikTok: відеоконтент і короткі формати для залучення аудиторії. LinkedIn: професійна комунікація та кар'єрні можливості. YouTube: відеоплатформа для створення і поширення контенту. WhatsApp, WeChat: месенджери як платформи для комунікації. Telegram: групи, канали та медіа-контент. Відмінності у стилі спілкування в різних соціальних мережах.

Тема 8. Акаунти відомих особистостей у соціальних мережах

Акаунти політичних лідерів: вплив на громадську думку. Профілі знаменитостей: вплив на моду, культуру та соціальні тренди. Брендування особистості через соціальні мережі. Вплив інфлюенсерів на споживчу поведінку. Селебритіз і активізм у соціальних мережах. Скандали та їхній вплив на публічний імідж. Роль соціальних мереж у кар'єрному розвитку відомих людей. Партнерство знаменитостей з брендами та реклама у соцмережах. Психологічний вплив на аудиторію через акаунти знаменитостей.

Тема 9. Фотографія та відео в інтернет-комунікації

Візуальний контент як основний елемент комунікації в соцмережах. Тренди фотографії в соцмережах: композиція, обробка, подача. Роль відео у залученні та утриманні уваги користувачів. Вірусні відео та їхня популярність. Використання GIF, мемів та коротких відео в комунікації. Прямі ефіри як засіб комунікації та залучення аудиторії. Інструменти для створення відео та фото у соцмережах. Стратегії поширення та промоції відео та фотографій. Фотографія як засіб самовираження в соціальних мережах.

Тема 10. Психологічні аспекти масової поведінки у соціальних мережах

Механізми психологічного впливу соціальних мереж на особистість. Феномен групової поведінки та натовпу в соцмережах. Вплив соцмереж на самооцінку і самопочуття користувачів. Психологічні ефекти вірусного контенту. Феномен онлайн-спільнот: підтримка та ізоляція. Дофамінова петля та залежність від соціальних мереж. Вплив лайків, коментарів та реакцій на емоційний стан. Соціальні мережі як засіб боротьби зі стресом і самовираження. Вплив інформаційного шуму на психіку користувачів.

Тема 11. Масові психози та соціальні мережі

Виникнення масових психозів через соцмережі: приклади та механізми. Соціальні мережі як каталізатор панічних настроїв. Роль фейків та чуток у масових психозах. Феномен масових флешмобів та викликів. Психологічні механізми залучення до масової паніки. Сценарії розвитку масових психозів в умовах кризових ситуацій. Відповідальність медіа та соцмереж за поширення паніки. Методи протидії масовим психозам у соцмережах. Вплив масових психозів на соціальні процеси.

Тема 12. Інтернет речей і мережеві структури соціального

Інтернет речей (IoT): визначення та основні принципи. Взаємодія інтернету речей з соціальними мережами. Приклади інтеграції IoT у соцмережах (розумні будинки, гаджети). Вплив IoT на культуру користування соціальними мережами. Роль мережевих

структур у розвитку сучасного суспільства. Можливості та виклики IoT для соціальних мереж. Взаємодія інтернет-спільнот через IoT-системи. Безпека даних у контексті інтернету речей. Майбутнє інтеграції IoT та соцмереж.

Тема 13. Маркетинг у соціальних мережах

Види та стратегії маркетингу у соцмережах. Таргетинг та персоналізована реклама. Вплив інфлюенсерів на маркетингові кампанії. Створення контент-стратегії для просування брендів. Використання аналітики для оцінки ефективності маркетингу. Роль коментарів і відгуків у формуванні бренду. Кейси успішних маркетингових кампаній у соцмережах. Сучасні інструменти автоматизації маркетингу. Виклики та ризики маркетингу в соціальних мережах.

Тема 14. Ефективність роботи у соціальних мережах

Метрики та показники ефективності діяльності в соцмережах. Аналітика активності користувачів: охоплення, залученість, конверсії. Стратегії побудови успішних акаунтів. Інструменти для підвищення продуктивності роботи з соцмережами. Використання автопостингу та планування контенту. Оцінка ROI (прибуток від інвестицій) у соцмережах. Застосування аналітики для оптимізації контенту. Стратегії управління репутацією в соціальних мережах. Важливість зворотного зв'язку для підвищення ефективності.

Тема 15. Основи інформаційної безпеки у соцмережах

Захист персональних даних у соціальних мережах. Ризики фішингу та кібератак у соцмережах. Основні заходи для забезпечення безпеки акаунтів. Використання двофакторної аутентифікації. Безпечне поводження з публічною та приватною інформацією. Соціальна інженерія та маніпуляції у соцмережах. Правила безпечного користування соціальними платформами. Захист від спаму та шкідливого контенту. Відповідальність за порушення інформаційної безпеки.

Тема 16. Позитивні й негативні аспекти впливу соціальних мереж

Позитивні ефекти соцмереж: глобалізація, доступ до інформації, розвиток бізнесу. Негативні аспекти: залежність, кібербулінг, фейки. Вплив соцмереж на психологічний стан користувачів. Ефект соціальних мереж на продуктивність і концентрацію. Соціальні мережі як інструмент для соціальних змін і активізму. Загрози приватності та безпеки особистих даних. Роль соцмереж у політичних процесах та впливі на громадську думку. Позитивні ефекти соцмереж для освіти та саморозвитку. Негативні впливи на соціальні відносини та реальну взаємодію.

3. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назви розділів і тем	Кількість годин										
	денна форма					заочна форма					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі			
л		п	лаб.	інд.	с. р.	л		п	лаб.	інд.	с. р.
Тема 1. «Культура соціальних мереж» як навчальна дисципліна	8	2	1			5					
Тема 2. Розвиток соціальних мереж: історія та сучасність	8	2	1			5					

Тема 3. Соціальні мережі як інформаційний ресурс	8	2	1			5						
Тема 4. Соціальні мережі як чинник формування культурних цінностей і норм	8	2	1			5						
Тема 5. Складові комунікації у соціальних мережах	8	2	1			5						
Тема 6. Інструменти активності користувачів у соціальних мережах	8	2	1			5						
Тема 7. Комунікаційні характеристики найпоширеніших соціальних мереж світу	8	2	1			5						
Тема 8. Акаунти відомих особистостей у соціальних мережах	8	2	1			5						
Тема 9. Фотографія та відео в інтернет-комунікації	7	2	1			4						
Тема 10. Психологічні аспекти масової поведінки у соціальних мережах	7	2	1			4						
Тема 11. Масові психози та соціальні мережі	7	2	1			4						
Тема 12. Інтернет речей і мережеві структури соціального	7	2	1			4						
Тема 13. Маркетинг у соціальних мережах	7	2	1			4						
Тема 14. Ефективність роботи у соціальних мережах	7	2	1			4						
Тема 15. Основи інформаційної безпеки у соцмережах	7	2	1			4						
Тема 16. Позитивні й негативні аспекти впливу соціальних мереж	7	2	1			4						
Усього годин	120	32	16			72						

4. ТЕМИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	«Культура соціальних мереж» як навчальна дисципліна	1
2	Розвиток соціальних мереж: історія та сучасність	1
3	Соціальні мережі як інформаційний ресурс	1
4	Соціальні мережі як чинник формування культурних цінностей і норм	1
5	Складові комунікації у соціальних мережах	1
6	Інструменти активності користувачів у соціальних мережах	1
7	Комунікаційні характеристики найпоширеніших соціальних мереж світу	1
8	Акаунти відомих особистостей у соціальних мережах	1
9	Фотографія та відео в інтернет-комунікації	1
10	Психологічні аспекти масової поведінки у соціальних мережах	1
11	Масові психози та соціальні мережі	1
12	Інтернет речей і мережеві структури соціального	1
13	Маркетинг у соціальних мережах	1
14	Ефективність роботи у соціальних мережах	1
15	Основи інформаційної безпеки у соцмережах	1
16	Позитивні й негативні аспекти впливу соціальних мереж	1
	Разом	16

5. САМОСТІЙНА РОБОТА

№ з/п	Види, зміст самостійної роботи	Кількість годин (денна форма)
1	Підготовка до усного опитування на тему: «Культура соціальних мереж» як навчальна дисципліна» з наступних питань: Визначення поняття "культура соціальних мереж". Соціальні мережі як новий культурний простір. Соціальні мережі як інструмент комунікації та взаємодії. Вплив соціальних мереж на соціальні, культурні та економічні процеси. Аудиторія соціальних мереж: демографічні особливості.	5
2	Підготовка до усного опитування на тему: «Розвиток соціальних мереж: історія та сучасність» з наступних питань: Еволюція функціональних можливостей платформ. Популяризація соціальних мереж серед різних верств населення. Зміна моделей комунікації з розвитком соціальних мереж. Соціальні мережі в епоху мобільного інтернету. Вплив технологічних інновацій на розвиток соцмереж. Основні етапи розвитку Facebook, Instagram, Twitter, TikTok та інших платформ.	5

3	Підготовка до усного опитування на тему: «Соціальні мережі як інформаційний ресурс» з наступних питань: Соціальні мережі як платформа для новин та медіа. Актуальність і достовірність інформації в соцмережах. Вірусний контент: фактори поширення та вплив. Вплив соцмереж на традиційні медіа. Алгоритми соціальних мереж та персоналізація інформації.	5
4	Підготовка до усного опитування на тему: «Соціальні мережі як чинник формування культурних цінностей і норм» з наступних питань: Механізми поширення культурних норм через соцмережі. Взаємодія глобальних та локальних культур у соцмережах. Соціальні мережі як платформа для культурних трендів і моди. Роль інфлюенсерів у формуванні культурних норм. Поширення мовних та поведінкових патернів через соціальні мережі.	5
5	Підготовка до усного опитування на тему: «Складові комунікації у соціальних мережах» з наступних питань: Способи створення та сприйняття контенту. Вплив алгоритмів на видимість комунікацій у соцмережах. Роль хештегів і тегів у систематизації контенту. Особливості приватної та публічної комунікації. Соціальні мережі як простір для групових дискусій.	5
6	Підготовка до усного опитування на тему: «Інструменти активності користувачів у соціальних мережах» з наступних питань: Створення візуального контенту: фото, відео, графіки. Використання історій, прямих ефірів та коротких відео. Інтерактивні функції: опитування, вікторини, виклики. Функції просування контенту: таргетована реклама та спонсоровані публікації. Вплив ігор та інтерактивних платформ на активність користувачів.	5
7	Підготовка до усного опитування на тему: «Комунікаційні характеристики найпоширеніших соціальних мереж світу» з наступних питань: Особливості комунікації в Facebook: текстовий контент та взаємодія. Instagram: акцент на візуальний контент та взаємодія через зображення. Twitter: короткі повідомлення, хештеги, поширення новин. TikTok: відеоконтент і короткі формати для залучення аудиторії. LinkedIn: професійна комунікація та кар'єрні можливості. YouTube: відеоплатформа для створення і поширення контенту. WhatsApp, WeChat: месенджери як платформи для комунікації. Telegram: групи, канали та медіа-контент. Відмінності у стилі спілкування в різних соціальних мережах.	5
8	Підготовка до усного опитування на тему: «Акаунти відомих особистостей у соціальних мережах» з наступних питань: Профілі знаменитостей: вплив на моду, культуру та соціальні тренди. Брендування особистості через соціальні мережі. Вплив інфлюенсерів на споживчу поведінку. Селебритіз і активізм у соціальних мережах. Скандали та їхній вплив на публічний імідж. Роль соціальних мереж у кар'єрному розвитку відомих людей. Партнерство знаменитостей з брендами та реклама у соцмережах.	5

9	Підготовка до усного опитування на тему: «Фотографія та відео в інтернет-комунікації» з наступних питань: Тренди фотографії в соцмережах: композиція, обробка, подача. Роль відео у залученні та утриманні уваги користувачів. Вірусні відео та їхня популярність. Використання GIF, мемів та коротких відео в комунікації. Прямі ефіри як засіб комунікації та залучення аудиторії. Інструменти для створення відео та фото у соцмережах. Стратегії поширення та промоції відео та фотографій.	4
10	Підготовка до усного опитування на тему: «Психологічні аспекти масової поведінки у соціальних мережах» з наступних питань: Феномен групової поведінки та натовпу в соцмережах. Вплив соцмереж на самооцінку і самопочуття користувачів. Психологічні ефекти вірусного контенту. Феномен онлайн-спільнот: підтримка та ізоляція.	4
11	Підготовка до усного опитування на тему: «Масові психози та соціальні мережі» з наступних питань: Виникнення масових психозів через соцмережі: приклади та механізми. Соціальні мережі як каталізатор панічних настроїв. Роль фейків та чуток у масових психозах. Феномен масових флешмобів та викликів. Психологічні механізми залучення до масової паніки. Сценарії розвитку масових психозів в умовах кризових ситуацій.	4
12	Підготовка до усного опитування на тему: «Інтернет речей і мережеві структури соціального» з наступних питань: Взаємодія інтернету речей з соціальними мережами. Приклади інтеграції IoT у соцмережах (розумні будинки, гаджети). Вплив IoT на культуру користування соціальними мережами. Роль мережевих структур у розвитку сучасного суспільства. Можливості та виклики IoT для соціальних мереж.	4
13	Підготовка до усного опитування на тему: «Маркетинг у соціальних мережах» з наступних питань: Таргетинг та персоналізована реклама. Вплив інфлюенсерів на маркетингові кампанії. Створення контент-стратегії для просування брендів. Використання аналітики для оцінки ефективності маркетингу. Роль коментарів і відгуків у формуванні бренду. Кейси успішних маркетингових кампаній у соцмережах. Сучасні інструменти автоматизації маркетингу.	4
14	Підготовка до усного опитування на тему: «Ефективність роботи у соціальних мережах» з наступних питань: Метрики та показники ефективності діяльності в соцмережах. Аналітика активності користувачів: охоплення, залученість, конверсії. Стратегії побудови успішних акаунтів. Інструменти для підвищення продуктивності роботи з соцмережами. Використання автопостингу та планування контенту. Оцінка ROI (прибуток від інвестицій) у соцмережах.	4
15	Підготовка до усного опитування на тему: «Основи інформаційної безпеки у соцмережах» з наступних питань: Основні заходи для забезпечення безпеки акаунтів. Використання двофакторної аутентифікації. Безпечне поводження з публічною та приватною інформацією.	4

	Соціальна інженерія та маніпуляції у соцмережах. Правила безпечного користування соціальними платформами.	
16	Підготовка до усного опитування на тему: «Позитивні й негативні аспекти впливу соціальних мереж» з наступних питань: Вплив соцмереж на психологічний стан користувачів. Ефект соціальних мереж на продуктивність і концентрацію. Соціальні мережі як інструмент для соціальних змін і активізму. Загрози приватності та безпеки особистих даних. Роль соцмереж у політичних процесах та впливі на громадську думку. Позитивні ефекти соцмереж для освіти та саморозвитку. Негативні впливи на соціальні відносини та реальну взаємодію.	4
	Разом	72

6. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ

Індивідуальні завдання не передбачені навчальним планом.

7. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Методи навчання, як впорядковані способи взаємопов'язаної, целеспрямованої діяльності викладача та студентів, спрямовані на ефективне розв'язання навчально-виховних завдань, реалізуються через систему прийомів та засобів навчальної діяльності. Прийоми навчання (конкретні дії викладача та студентів), спрямовані на реалізацію вимог методів. Засоби навчання – різноманітне навчальне обладнання, яке використовується у системі пізнавальної діяльності, зокрема, технічні засоби.

7.1. Словесні методи навчання:

- лекція;
- бесіда;
- розповідь;
- пояснення;

7.2. Наочні методи навчання:

- ілюстрація;
- демонстрація;

7.3. Практичні методи навчання:

- метод робіт з письмовими джерелами;
- метод робіт з аудіо/ відеоматеріалами;
- практичні заняття;

8. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Система оцінювання знань, вмінь та навичок студентів передбачає виставлення оцінок за усіма формами проведення занять.

Перевірка та оцінювання знань студентів може проводитися у наступних формах.

1. Оцінювання роботи студентів під час практичних (семінарських) занять.
2. Оцінка за індивідуальну роботу студентів.
3. Проведення проміжного тестового контролю.
4. Проведення підсумкового контролю.

Оцінка зі змістовного модулю складається з поточної оцінки, яку студент отримує під час практичних (семінарських) занять, оцінки за проміжний тестовий контроль та оцінки за індивідуальну роботу.

Загальна оцінка з дисципліни визначається як сукупність балів, що студент отримує за змістовні модулі та модульний контроль.

Порядок поточного оцінювання знань студентів. Поточне оцінювання здійснюється під час проведення практичних (семінарських) занять і має на меті перевірку рівня підготовки студентів до встановлених завдань. Зокрема, поточному контролю підлягають:

1. активність та результативність роботи студента протягом семестру у вивченні програмного матеріалу дисципліни; відвідування занять;
2. виконання індивідуального завдання;
3. виконання проміжного тестового завдання зі змістовного модулю.

Контроль систематичності виконання самостійної роботи та активності на практичних (семінарських) заняттях.

Оцінювання здійснюється за наступними критеріями.

1. ступінь засвоєння матеріалу дисципліни;
2. ознайомлення з основною та додатковою літературою;
3. логіка, стиль виклад матеріалу в письмових роботах та усному виступі, вміння обґрунтовувати свою позицію, здійснювати узагальнення інформації та робити висновки.
4. якість, самостійність та своєчасність виконання необхідних завдань.

Проміжний тестовий контроль зі змістовних тем. Проміжний тестовий контроль знань студентів здійснюється шляхом проведення тестування з основних навчальних елементів змістовних тем.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять. Сума балів, які студент денної форми навчання може набрати за першим та другим розділом, дорівнює 60.

Підсумковий контроль засвоєння матеріалу здійснюється по їх завершенню на підсумкових заняттях та на заліку.

Оцінка успішності студента з дисципліни є рейтинговою і виставляється за багатобальною шкалою.

Семестровий підсумковий контроль з дисципліни є обов'язковою формою контролю навчальних досягнень студента. Він проводиться відповідно до навчального плану у вигляді семестрового заліку в терміни, встановлені графіком навчального процесу та в обсязі навчального матеріалу, визначеного цією робочою програмою дисципліни.

Сумарна оцінка за вивчення дисципліни розраховується як сума контрольних оцінок та балів, отриманих за результатами поточного та підсумкового семестрового контролю. Загальна сума балів поточного та підсумкового семестрового контролю складає 100.

Підсумковий семестровий контроль здійснюється під час проведення заліку. Загальна кількість балів за успішне виконання залікових завдань – 40. Час виконання – до 80 хвилин

Вміст залікового білета й оцінювання відповідей на заліку:

Теоретичне питання – 2x20 балів

УВАГА! У разі використання заборонених джерел на заліку студент на вимогу викладача залишає аудиторію та одержує загальну нульову оцінку (0).

У разі настання / подовження дії обставин непереборної сили, здобувачам вищої освіти денної та заочної форм навчання надається можливість скласти залік в тестовій формі (білет містить 40 тестових завдань, здобувач одержує 1 бал за кожну вірну відповідь) дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Культура соціальних мереж». Режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=11485>

9. СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ

Поточний контроль та самостійна робота											Сума
T1- 2	T3- 4	T5- 6	T7- 8	Поточний тестовий контроль	T9- 10	T11- 2	T13- 14	T15- 16	Разом	Залік	100
6	6	6	6	12	6	6	6	6	60	40	

Критерії оцінювання для семінарських занять

5–6 балів – нараховуються в разі якщо відповідь є правильною, обґрунтованою, логічною, містить аналіз і систематизацію, зроблені аргументовані висновки; відповідь супроводжується презентацією; студент активно працює протягом усього семінарського заняття, показує глибоке оволодіння лекційним матеріалом, здатний висловити власне ставлення до альтернативних міркувань з конкретної проблеми, проявляє вміння самостійно та аргументовано викладати матеріал.

3–4 бали – нараховуються в разі якщо відповідь відтворює значну частину навчального матеріалу; презентація відсутня; студент виявляє знання і розуміння основних положень з навчальної дисципліни, певною мірою може аналізувати матеріал, порівнювати та робити висновки; протягом семінарського заняття студент працює недостатньо активно, питання висвітлює повно, виявляє уміння аналізувати факти й події, а також виконувати навчальні завдання; у відповідях допущені неточності та певні помилки, при викладенні матеріалу має місце недостатня аргументованість.

1–2 бали – нараховуються в разі якщо відповідь відтворює основні положення навчального матеріалу на рівні запам'ятовування без достатнього розуміння; презентація відсутня; студент у цілому оволодів суттю питань з даної теми, виявляє знання лекційного матеріалу, навчальної літератури, намагається аналізувати факти й події, робити висновки; водночас, студент не проявляє активності на практичних заняттях, відповідає лише за викликом викладача, дає неповні відповіді на запитання, припускається грубих помилок при висвітленні теоретичного матеріалу.

Критерії оцінювання теоретичних питань залікової роботи:

15–20 балів – нараховуються в разі якщо відповідь є правильною, обґрунтованою, логічною, містить аналіз і систематизацію, зроблені аргументовані висновки; студент показує глибоке оволодіння лекційним матеріалом, здатний висловити власне ставлення до альтернативних міркувань з конкретної проблеми, проявляє вміння самостійно та аргументовано викладати матеріал.

10–15 балів – нараховуються в разі якщо відповідь відтворює значну частину навчального матеріалу; студент виявляє знання і розуміння основних положень з навчальної дисципліни, певною мірою може аналізувати матеріал, порівнювати та робити висновки; питання висвітлює повно, виявляє уміння аналізувати факти й події, а також виконувати навчальні завдання; у відповідях допущені неточності та певні помилки, при викладенні матеріалу має місце недостатня аргументованість.

0–10 балів – нараховуються в разі якщо відповідь відтворює основні положення навчального матеріалу на рівні запам'ятовування без достатнього розуміння; студент у цілому оволодів суттю питань з даної теми, виявляє знання лекційного матеріалу, навчальної літератури, намагається аналізувати факти й події, робити висновки; водночас,

студент дає неповні відповіді на запитання, припускається грубих помилок при висвітленні матеріалу залікового білету.

Критерії оцінювання поточного контролю:

Здобувачам вищої освіти надається можливість скласти поточний контроль в тестовій формі (він містить 12 тестових завдань, здобувач одержує 1 бал за кожен вірну відповідь) дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Культура соціальних мереж». Режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=11485>

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за національною шкалою
	для заліку
90 – 100	зараховано
70-89	
50-69	
1-49	Не зараховано

10. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна література

1. Бутиріна М. В. Стереотипи масової свідомості: особливості формування та функціонування у медіа середовищі: Монографія. Дніпропетровськ: Вид-во «Слово», 2009. 368 с.
2. Городенко Л. М. Новітні медіа: мережеві інформаційно-комунікаційні ресурси: Монографія. К.: Центр Вільної Преси, 2010. 172 с.
3. Гуляєва .А.Г.Г.Швачич, В.В.Толстой, Л.М.Петречук, Ю.С.Іващенко, Соболенко О.В. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології: Навчальний посібник. – Дніпро: НМетАУ, 2017. –230 с.
4. Іванов В. Основні теорії масової комунікації і журналістики. Київ: Центр вільної преси, 2010. 258 с.
5. Зеленін В. По той бік правди: НЛП як зброя інформаційнопропагандистської війни: навчальний посібник / В. Зеленін. – К. : Люта справа, 2015. – 384 с.
6. Квіт С. Масові комунікації: підручник. Київ: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 206 с.
7. Крейг Р. Інтернет-журналістика. Робота журналіста і редактора у нових ЗМІ / Р. Крейг. – К, 2007. – 324 с.
8. Лазоренко О. Соціальний капітал: соціальні та професійні мережі в Україні / О. Лазоренко. – К, 2010. – 104 с.
9. Литовченко І., Піліпчук В. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К. Центр учбов. літер., 2017 – 186 с.
10. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації. Львів : Літопис, 2010. 537 с.
11. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч.посіб . – Дніпро:Видавець ., 2019 - 240 с.
12. Потятиник Б. Інтернет-журналістика: навчальний посібник / Б. Потятиник. – Л. : ПАІС, 2010. – 243 с.

13. Різун В. Теорія масової комунікації : підручник / В. Різун. – К. : Видавничий центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
14. Соціальні мережі як інструмент взаємовпливу влади та громадянського суспільства : монографія / О. С. Онищенко та ін. – Київ, 2014. – 258 с.
15. Суська О. Інформаційний імунітет: проблеми психологічного захисту в інформаційному просторі : монографія / О. Суська. – К., 2008. – 108 с.
16. Штромайер Г. Політика і мас-медіа; пер. з нім. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2008. 303 с.

Допоміжна література

1. Вишневська І. Соціальні мережі як джерело підготовки інформаційно-аналітичних матеріалів / І. Вишневська // Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В.І.Вернадського. - 2015. - Вип. 41. - С. 521-530.
2. Гіда О. Соціальні мережі як засіб деструктивних впливів через інформаційний простір / О. Гіда // Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика). - 2013. - № 3 (спец. вип.). - С. 268-278.
3. Данько Ю. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації: плюси і мінуси / Ю.Данько // Сучасне суспільство. - 2012. - Вип. 2. - С. 179-184.
4. Довженко О. Соціальні медіа як середовище нової медіакритики / О. Довженко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mediakrytyka.info/ohlyadyanalitika/sotsialni-media-yak-seredovysche-novoyimediakrytyky.html>
5. Киричок П. Соціальні комунікації в глобальній інформаційній мережі: досягнення і загрози / П. Киричок // Технологія і техніка друкарства. - 2012. - Вип. 2. - С. 101–106.
6. Масімова Л. Журналістська діяльність у соціальних мережах / Л. Масімова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://elibrary.kubg.edu.ua/1086/1/L_Masimova_JDSM_GI.pdf
7. Мітлош А. Психологічні особливості прояву інтересу студентської молоді до соціальних інтернет-мереж / А. Мітлош // Психологічні перспективи. – 2014. – Вип. 23. – С. 203-205.
8. Подлевська Н. Культура спілкування в мережі Інтернет // Українська мова і література в школі. — 2011. — № 2. — С. 13-17.
9. Рябічев В. Мультимедіа в інтернет-журналістиці / В. Рябічев // Наукові записки Інституту журналістики : [науковий збірник]. – К., 2010. – С. 67-70.
10. Снопченко Д. Безпека в соціальних мережах – етика поведінки в інтернеті / Д. Снопченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/bezpeka_v_sotsialnikh_merezhakh_etika_povedinki_v_interneti/
11. Старкова Г.В. Міф у кіберпросторі : Інтернет як простір утілення неоміфологем // Культура України : зб. наук. пр. — Х., ХДАК, 2011. — Вип. 34.— С. 155–163.
12. Хміль Я.В. Поняття «інтернет-залежність» у соціогуманітарних науках та специфіка його дослідження в соціології // Вісник Львівського університету. Серія соціологічна. 2012. Випуск 6. С. 303–310.
13. Boellstorff T. Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2008.
14. Crampton J. The Political Mapping of Cyberspace. Chicago: University of Chicago Press, 2003.
15. Human Rights in the Digital Age / Klang M. and Murray A. (eds) – London: Routledge-Cavendish.
16. Brevini B., Murdock G. Following the money: Wikileaks and the political economy of disclosure // Beyond Wikileaks. – London, 2013.
17. Brickell C. Sexuality, power and the sociology of the internet // Current Sociology. – 2012. – Vol. 60 (1).

18. Chambers D. Social Media and Personal Relationships. Online Intimacies and Networked Friendship. - Palgrave Macmillan Studies in Family and Intimate Life, 2013.
19. Hsueh-hua Chen V., Been-Lirn Duh H. Understanding Social Interaction in World of Warcraft // ACE'07, June 13–15, 2007, Salzburg, Austria
20. Lukasz D. Kaczmarek and Dariusz Drazkowski. MMORPG Escapism Predicts Decreased Well-Being: Examination of Gaming Time, Game Realism Beliefs, and Online Social Support for Offline Problems // cyberpsychology, behavior, and social networking. - Volume X, Number X, 2014
21. O'Connora Kathleen M, Gladstone E. Beauty and social capital: Being attractive shapes social networks // Social Networks 52 (2018) 42–47.
22. Stuckmann P., and Zimmermann R. European research on future internet design // Papers of The IEEE Wireless Communications, 2009.
23. The digital divide : The internet and social inequality in international perspective / Eds. Ragnedda M., Muschert G. – Routledge, 2013.
24. Walker K. “It's difficult to hide it”: the presentation of self on internet home pages // Qualitative sociology. – 2000. – Vol. 23, No. 1.
25. Zhao S., Grasmuck S. and Martin J. Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. Computers in Human Behavior - 2008. – 24(5).

11. ОСОБЛИВОСТІ НАВЧАННЯ ЗА ДЕННОЮ ФОРМОЮ В УМОВАХ ПОДОВЖЕННЯ ДІЇ ОБСТАВИН НЕПОБОРНОЇ СИЛИ

В умовах дії **обставин непоборної сили** освітній процес в університеті здійснюється відповідно до наказів/ розпоряджень ректора/ проректора або за змішаною формою навчання або повністю дистанційно в синхронному режимі.

Складання підсумкового семестрового контролю: в разі запровадження жорстких обмежень з заборонаю відвідування ЗВО студентам денної форми навчання надається можливість скласти залік дистанційно на платформі Moodle в дистанційному курсі «Культура соціальних мереж».

Режим доступу: <https://moodle.karazin.ua/course/view.php?id=11485>