

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра телевизионных, радио- и интернет-технологий

## **ТЕХНОЛОГИИ РАБОТЫ С СОЦИАЛЬНЫМИ МЕДИА**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки 42.03.02 - Журналистика

Направленность (профиль)- Мультимедийная журналистика и  
современные медиатехнологии

Уровень квалификации выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2019

**Технологии работы с социальными медиа**  
Рабочая программа дисциплины  
Составитель: Канд. филол. наук Корнев М.С.

УТВЕРЖДЕНО  
Протокол заседания кафедры  
телевизионных, радио- и интернет-технологий  
№\_\_10/1\_\_от 27.08.2019

## **ОГЛАВЛЕНИЕ**

- 1 Пояснительная записка**
  - 1.1 Цель и задачи дисциплины
  - 1.2 Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине
  - 1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы
- 2 Структура дисциплины**
- 3 Содержание дисциплины**
- 4 Образовательные технологии**
- 5 Оценка планируемых результатов обучения**
  - 5.1 Система оценивания
  - 5.2 Критерии выставления оценок
  - 5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
- 6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**
  - 6.1 Список источников и литературы
  - 6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
- 7 Материально-техническое обеспечение дисциплины**
- 8 Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья**
- 9 Методические материалы**
  - 9.1 Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий
  - 9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ
  - 9.3 Иные материалы

### **Приложения**

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

## 1. Пояснительная записка

### 1. Цель и задачи дисциплины

Дисциплина «Технологии работы с социальными медиа» является частью цикла вариативных дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.02 – Журналистика. Дисциплина реализуется на факультете журналистики кафедрой телевизионных, радио- и интернет-технологий.

*Цель:* дать студентам представление о ключевых процессах в теории и практике соцмедиа, представить технологии маркетинга в социальных сетях (SMM-технологии), а также рассмотреть роль журналистики в этих процессах.

*Задачи:*

- определить основные понятия, тенденции развития и взаимосвязи маркетинга в социальных медиа и журналистики,
- дать представление о ключевых технологиях и инструментах маркетинга в социальных медиа,
- обозначить тенденции развития SMM-технологий и журналистики в условиях медиаконвергенции.

### 1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК - 4	Способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции	<b>Знать:</b> специфику процессов, происходящих в медиасфере, актуальные тенденции развития SMM-технологий; <b>Уметь:</b> применять знания в профессиональной деятельности, уметь анализировать актуальное состояние участника сферы социальных медиа; выполнять на высоком профессиональном уровне различные виды маркетинговой работы с учетом специфики социальных медиа; <b>Владеть:</b> навыками практической работы в социальных медиа; навыками работы с учетом меняющейся системы отношений в современных медиа

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии работы с социальными медиа» является вариативной частью учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Введение в профессию», «Техника и технология СМИ», «Современные информационные технологии», «Теория и практика новых медиа», «Мультимедийная журналистика», «Создание мультимедийного ресурса»

В результате освоения дисциплины (модуля) формируются компетенции, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Журналистское мастерство в мультимедийной журналистике», «Глобальные корпоративные коммуникации», «Информационно-аналитическое обеспечение и планирование мультимедийного контента», «Журналистика глазами журналиста», «Преддипломная практика».

## 2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з. е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 44 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	С е м е с т р	Виды учебной работы (в часах)					С а м о с т о я т е л ь н а я р а б о	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
			контактная						
			Л е к ц и и	С е м и н а р	П р а к т и ч е с к и е з а н я т	Л а б о р а т о р н ы е з а н я т	ро м е ж у т оч на я а т т е с т а ц и я		

					и я	и я		т а	
1	SMM: понятия и сущность соцмедиа маркетинга	7	2		2			10	
2	Специфика маркетинга в социальных медиа и журналистика	7			2			12	
3	Модели и инструменты SMM	7	2		4	6		10	эссе
4	Основные тенденции развития маркетинга в соцмедиа	7			4	6		12	
5	Промежуточная аттестация: зачет с оценкой	7							По билетам
	итого:		4		12	12		44	72

### 3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	SMM: понятие и сущность соцмедиа маркетинга	Понятия: SMM, социальные медиа, маркетинг, конвергенция в медиа. Сущность маркетинга в социальных медиа
2	Специфика маркетинга в социальных медиа и журналистика	Ключевые особенности маркетинга в соцмедиа. Взаимоотношения SMM и журналистики. Аудитория соцсетей: социология и метрики

3	Модели и инструменты SMM	Организационная структура и содержание работы SMM-специалиста. Модели организации процессов и кампаний в SMM Общие и специфические инструменты продвижения в популярных соцсетях (Фейсбук, ВКонтакте, Твиттер, Инстаграм)
4	Основные тенденции развития маркетинга в соцмедиа	Основные тенденции развития и актуальные решения в сфере социальных медиа и интерактивных коммуникаций.

#### 4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

<i>№ п/ п</i>	<i>Наименование раздела</i>	<i>Виды учебной работы</i>	<i>Образовательные и информационные технологии</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
<i>1</i>	SMM: понятие и сущность соцмедиа маркетинга	Лекция 1 Практические занятия 1 Самостоятельная работа	Лекция Консультирование
2.	Специфика маркетинга в социальных медиа и журналистика	Практические занятия 2 Самостоятельная работа	Развернутая беседа Консультирование

3.	Модели и инструменты SMM	Лекция 3 Практические занятия 3-4 Лабораторные занятия 1-2-3 Самостоятельная работа	Лекция Развернутая беседа Консультирование
4.	Основные тенденции развития маркетинга в соцмедиа	Практические занятия 5-6 Лабораторные занятия 4-5-6 Самостоятельная работа	Лекция-визуализация с применением презентации Консультирование

## 5. ОЦЕНКА ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: - эссе	60 баллов	60 баллов
Промежуточная аттестация: зачет с оценкой		40 баллов
<b>Итого за семестр</b>		<b>100 баллов</b>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала	Шкала ECTS
95 – 100	отлично	A

83 – 94		зачтено	B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

<b>Баллы/ Шкала ECTS</b>	<b>Оценка по дисциплине</b>	<b>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине</b>
100-83/ A, B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D, E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>

<b>Баллы/ Шкала ECTS</b>	<b>Оценка по дисциплине</b>	<b>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине</b>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьезные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.

### **5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

#### **Эссе**

Эссе представляет собой авторский, но структурированный взгляд на один из поставленных вопросов или предложенный анализ проблемы.

При оценке эссе учитываются:

- раскрытие темы (20-30 баллов)
- грамотность изложения материала (0-10 баллов)
- выход на другие проблемы/владение смежными темами (0 – 20 баллов)

#### **Итоговая аттестация (зачет)**

При оценке итоговой работы учитывается:

- раскрытие темы (0 – 20 баллов)
- оформление письменной работы (0 – 10 баллов)
- грамотность изложения материала (0-10 баллов)

#### **Вопросы к зачету**

1. Современные коммуникационные технологии: теоретические и практические проблемы
2. Информационные технологии в развитии медиа
3. Журналистика и процессы глобализации
4. Понятие «новые медиа» в современной медиасистеме
5. Понятие «маркетинг в социальных медиа» в современной медиасистеме
6. Понятие «социальные медиа» в современной медиасистеме
7. Ключевые социальные сети для маркетинга в соцмедиа
8. Основные задачи менеджера-маркетолога в социальных сетях
9. Роли журналиста и SMM-специалиста в меняющейся Интернет-среде
10. Проблемы самоопределения SMM-специалиста в социальных медиа
11. Основные тенденции развития и трансформации маркетинга в соцмедиа
12. Взаимоотношения SMM и журналистики: точки совпадений и расхождения
13. Аудитория соцсетей: социология и метрики
14. Организационная структура и организация SMM-направления
15. Модели организации процессов и кампаний в SMM
16. Общие и специфические инструменты продвижения в популярных соцсетях
17. Общие принципы и специфические особенности соцсети Фейсбук
18. Общие принципы и специфические особенности соцсети ВКонтакте
19. Общие принципы и специфические особенности соцсети Инстаграмм
20. Основные тенденции развития и актуальные решения в сфере социальных медиа и интерактивных коммуникаций

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1 Список источников и литературы**

#### **Источники**

1. Закон Российской Федерации от 27.12.1991 №2124-1 «О средствах массовой информации» (действующая редакция от 24.11.2014)

#### **Литература**

##### **Основная**

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115>

2. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450157>

3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/414955>

### Дополнительная

1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 174 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13584-8. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/466627>

2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2018. - 486 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1093675>

3. Шарков Феликс Изосимович **Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”)** / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 260 с.: ISBN 978-5-394-02257-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415250>

### СПРАВОЧНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ИЗДАНИЯ

1. Библиографическая база данных «Ingenta» - <http://www.ingenta.com/>

2. Базы данных «ИНИОН» - <http://www.inion.ru/>

3. Научная информационная библиотека [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) – <http://elibrary.ru/>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины

1. Сайт COSSA.RU - [www.cossa.ru](http://www.cossa.ru)

2. Сайт BESTAPP - <http://bestapp.menu/>

3. Сайт «Мы и Жо» - <http://themedia.center/>

4. Сайт RUSBASE - <http://rusbase.com/>

5. Сайт VC.RU - <https://vc.ru>

6. Сообщество и блог MediaToolBox - <https://www.facebook.com/mdtblx>

<http://mediatoolbox.ru/blog/>

7. Дискуссионная платформа "Новые медиа в гуманитарном образовании» (группа в Facebook) - <https://www.facebook.com/groups/newmediaedu/>

#### Перечень БД и ИСС

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

#### 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Материально-техническое обеспечение дисциплины базируется на ресурсах любого класса, укомплектованного мультимедийным проектором, компьютером и экраном, доской.

Лицензионное программное обеспечение: Операционная система Microsoft Windows XP, 7, 10 Pro, Microsoft Office 2003, 2013, 2016, Kaspersky Endpoint Security, WinRAR : 4, Acrobat Professional 9, пакет программ Adobe Master Collection CS4.

#### 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные

методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием

дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## **9. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**

### **9.1. План практических и лабораторных занятий**

#### **Практические занятия**

#### **Тема 1. SMM: понятие и сущность соцмедиа маркетинга (2ч.)**

Цель занятия: закрепление знаний об основных терминах и понятиях

Форма проведения – дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Понятия: SMM, социальные медиа, маркетинг, конвергенция в медиа
2. Сущность маркетинга в социальных медиа

Рекомендуемая литература:

### Основная

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115>
2. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450157>
3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/414955>

### Дополнительная

1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 174 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13584-8. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/466627>
2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бuzин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 486 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1093675>
3. Шарков Феликс Изосимович **Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”)** / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 260 с.: ISBN 978-5-394-02257-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415250>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Сайт COSSA.RU - [www.cossa.ru](http://www.cossa.ru)
2. Сайт BESTAPP - <http://bestapp.menu/>
3. Сайт «Мы и Жо» - <http://themedia.center/>
4. Сайт RUSBASE - <http://rusbase.com/>

5. Сайт VC.RU - <https://vc.ru>
6. Сообщество и блог MediaToolBox - <https://www.facebook.com/mdt1bx>  
<http://mediatoolbox.ru/blog/>
7. Дискуссионная платформа "Новые медиа в гуманитарном образовании» (группа в Facebook) - <https://www.facebook.com/groups/newmediaedu/>

## **Тема 2. Специфика маркетинга в социальных медиа и журналистика (2 ч.)**

Цель занятия: закрепление знаний о маркетинге в соцмедиа и связи с журналистикой

Форма проведения – дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Ключевые особенности маркетинга в соцмедиа.
2. Взаимоотношения SMM и журналистики.
3. Аудитория соцсетей: социология и метрики

Рекомендуемая литература:

### **Основная**

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115>
2. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450157>
3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/414955>

### **Дополнительная**

1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 174 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13584-8. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/466627>
2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова.

— Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2018. - 486 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1093675>

3. Шарков Феликс Изосимович **Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”)** / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 260 с.: ISBN 978-5-394-02257-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415250>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Сайт COSSA.RU - [www.cossa.ru](http://www.cossa.ru)
2. Сайт BESTAPP - <http://bestapp.menu/>
3. Сайт «Мы и Жо» - <http://themedia.center/>
4. Сайт RUSBASE - <http://rusbase.com/>
5. Сайт VC.RU - <https://vc.ru>
6. Сообщество и блог MediaToolBox - <https://www.facebook.com/mdtlbx>  
<http://mediatoolbox.ru/blog/>
7. Дискуссионная платформа "Новые медиа в гуманитарном образовании» (группа в Facebook) - <https://www.facebook.com/groups/newmediaedu/>

### **Тема 3. Модели и инструменты SMM (4 ч.)**

Цель занятия: Изучение и обсуждение ключевых параметров медиаконвергенции как ключевой характеристики новых медиа.

Форма проведения – дискуссия, доклады.

Вопросы для обсуждения:

1. Организационная структура и содержание работы SMM-специалиста.
2. Модели организации процессов и кампаний в SMM
3. Общие и специфические инструменты продвижения в популярных соцсетях (Фейсбук, ВКонтакте, Твиттер, Инстаграмм)

Рекомендуемая литература:

#### **Основная**

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115>

2. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450157>

3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/414955>

#### **Дополнительная**

1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика: учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 174 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13584-8. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/466627>

2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бuzин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2018. - 486 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1093675>

3. Шарков Феликс Изосимович **Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”)** / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 260 с.: ISBN 978-5-394-02257-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415250>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Сайт COSSA.RU - [www.cossa.ru](http://www.cossa.ru)
2. Сайт BESTAPP - <http://bestapp.menu/>
3. Сайт «Мы и Жо» - <http://themedia.center/>
4. Сайт RUSBASE - <http://rusbase.com/>
5. Сайт VC.RU - <https://vc.ru>
6. Сообщество и блог MediaToolBox - <https://www.facebook.com/mdtblbx>  
<http://mediatoolbox.ru/blog/>
7. Дискуссионная платформа "Новые медиа в гуманитарном образовании» (группа в Facebook) - <https://www.facebook.com/groups/newmediaedu/>

#### **Тема 4. Основные тенденции развития маркетинга в соцмедиа (4 ч.)**

Цель занятия: Изучение и обсуждение ключевых тенденций развития маркетинга в соцмедиа

Форма проведения – дискуссия

Вопросы для обсуждения:

4. Основные тенденции развития маркетинга в социальных медиа
5. Актуальные решения в сфере социальных медиа и интерактивных коммуникаций.

Рекомендуемая литература:

#### **Основная**

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115>
2. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450157>
3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/414955>

#### Дополнительная

1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 174 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13584-8. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/466627>
2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 486 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1093675>
3. Шарков Феликс Изосимович **Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”)** / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 260 с.: ISBN 978-5-394-02257-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415250>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Сайт COSSA.RU - [www.cossa.ru](http://www.cossa.ru)
2. Сайт BESTAPP - <http://bestapp.menu/>
3. Сайт «Мы и Жо» - <http://themedia.center/>
4. Сайт RUSBASE - <http://rusbase.com/>
5. Сайт VC.RU - <https://vc.ru>
6. Сообщество и блог MediaToolBox - <https://www.facebook.com/mdtblbx>  
<http://mediatoolbox.ru/blog/>
7. Дискуссионная платформа "Новые медиа в гуманитарном образовании» (группа в Facebook) - <https://www.facebook.com/groups/newmediaedu/>

## Лабораторные занятия

### Тема 3. (6 ч.) Модели и инструменты SMM

Лабораторные занятия предполагают работу на занятиях с использованием собственных или учебных ПК или гаджетов с доступом в сеть Интернет. Работа происходит в собственных или созданных для учебных целей аккаунтах социальных платформ (Фейсбук, ВКонтакте, Инстаграм, Твиттер и т.п.).

Рекомендуемая литература:

#### Основная

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115>
2. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450157>
3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/414955>

#### Дополнительная

1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 174 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13584-8. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/466627>
2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 486 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1093675>
3. Шарков Феликс Изосимович **Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”)** / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 260 с.: ISBN 978-5-394-02257-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415250>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Сайт COSSA.RU - [www.cossa.ru](http://www.cossa.ru)
2. Сайт BESTAPP - <http://bestapp.menu/>

3. Сайт «Мы и Жо» - <http://themedia.center/>
4. Сайт RUSBASE - <http://rusbase.com/>
5. Сайт VC.RU - <https://vc.ru>
6. Сообщество и блог MediaToolBox - <https://www.facebook.com/mdt1bx>  
<http://mediatoolbox.ru/blog/>
7. Дискуссионная платформа "Новые медиа в гуманитарном образовании» (группа в Facebook) - <https://www.facebook.com/groups/newmediaedu/>

#### **Тема 4 (6 ч.) Основные тенденции развития маркетинга в соцмедиа**

Студенты организуются в группы по 2-3 человека, проводят микроисследования актуальных медиатрендов, верстают и публикуют фичер на одной социальных платформ (Фейсбук, ВКонтакте, Медиум).

Рекомендуемая литература:

##### **Основная**

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450115>
2. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/450157>
3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/414955>

##### **Дополнительная**

1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика : учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 174 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13584-8. — Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/466627>
2. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2018. - 486 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1093675>

3. Шарков Феликс Изосимович **Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”)** / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2017. - 260 с.: ISBN 978-5-394-02257-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/415250>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Сайт COSSA.RU - [www.cossa.ru](http://www.cossa.ru)
2. Сайт BESTAPP - <http://bestapp.menu/>
3. Сайт «Мы и Жо» - <http://themedia.center/>
4. Сайт RUSBASE - <http://rusbase.com/>
5. Сайт VC.RU - <https://vc.ru>
6. Сообщество и блог MediaToolBox - <https://www.facebook.com/mdtblx>  
<http://mediatoolbox.ru/blog/>
7. Дискуссионная платформа "Новые медиа в гуманитарном образовании» (группа в Facebook) - <https://www.facebook.com/groups/newmediaedu/>

## **9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ**

Составление письменной работы осуществляется по следующему алгоритму:

1. Подобрать литературу по данной теме, познакомиться с её содержанием.
2. Пользуясь закладками отметить наиболее существенные места или сделать выписки.
3. Составить план сообщения.
4. Написать план доклада, в заключении которого обязательно выразить своё отношение к излагаемой теме и её содержанию.
5. Прочитать текст и отредактировать его.
6. Оформить в соответствии с требованиями к оформлению письменной работы.

Примерная структура письменной работы:

1. Титульный лист
2. Текст работы
3. Список использованной литературы

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Технологии работы с социальными медиа» является частью цикла вариативных дисциплин учебного плана по направлению подготовки 42.03.02 – Журналистика. Дисциплина реализуется на факультете журналистики кафедрой телевизионных, радио- и интернет-технологий.

*Цель:* дать студентам представление о ключевых процессах в теории и практике соцмедиа, представить технологии маркетинга в социальных сетях (SMM-технологии), а также рассмотреть роль журналистики в этих процессах.

*Задачи:*

- определить основные понятия, тенденции развития и взаимосвязи маркетинга в социальных медиа и журналистики,
- дать представление о ключевых технологиях и инструментах маркетинга в социальных медиа,

обозначить тенденции развития SMM-технологий и журналистики в условиях медиаконвергенции.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

ПК-4 - способность разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** специфику процессов, происходящих в медиасфере, актуальные тенденции развития SMM-технологий;

**Уметь:** применять знания в профессиональной деятельности, уметь анализировать актуальное состояние участника сферы социальных медиа; выполнять на высоком профессиональном уровне различные виды маркетинговой работы с учетом специфики социальных медиа;

**Владеть:** навыками практической работы в социальных медиа; навыками работы с учетом меняющейся системы отношений в современных медиа.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме **зачета с оценкой**.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ**

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1	<i>Обновлена основная и дополнительная литература</i>	17.05.2017 г.	№6
2	Приложение №1		
3	<i>Обновлена основная и дополнительная литература</i>	14.05.2018г.	№5
4	Приложение №2		
5	Приложение № 3	31.08.2020 г.	№10

**Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочных систем (ИСС) (2017 г.)**

**1. Перечень ПО**

Таблица 1

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
2	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
3	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
4	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
5	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
6	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное

**2. Перечень БД и ИСС**

Таблица 2

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2017 г. Web of Science Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2017 г. Журналы Oxford University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

**Состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочных систем (ИСС) (2018 г.)**

**1. Перечень ПО**

Таблица 1

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
2	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
3	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
4	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
5	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
6	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
7	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
8	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное

**2. Перечень БД и ИСС**

Таблица 2

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Web of Science Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis Электронные издания издательства Springer
	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

**1. Образовательные технологии (к п.4 на 2020 г.)**

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

**2. Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)**

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

**3. Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)**

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
5	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
6	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
7	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
8	Zoom	Zoom	лицензионное