

**Приложение 1 к РПД**  
**Б1.В.05.05 Социальная экспертиза и аналитика в Интернете**  
**39.03.01 Социология**

**Направленность (профиль) Цифровая и экспертно-аналитическая социология**  
**Форма обучения - очная**  
**Год набора - 2022**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ  
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

**Общие сведения**

1.	Кафедра	Философии и социальных наук
2.	Направление подготовки	39.03.01 Социология
3.	Направленность (профиль)	Цифровая и экспертно-аналитическая социология
4.	Дисциплина (модуль)	Б1.В.05.05 Социальная экспертиза и аналитика в Интернете
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

**1. Методические рекомендации**

**1.1. Методические рекомендации по организации работы студентов во время проведения лекционных занятий**

Изучение студентами дисциплины «Б1.В.05.05 Социальная экспертиза и аналитика в Интернете» предусматривает проведение лекционных и практических занятий под руководством преподавателя согласно расписанию занятий, а также самостоятельное освоение дополнительного материала (дополнительной литературы) при подготовке к практическим занятиям, зачету и экзамену.

Приступая к изучению дисциплины, студенту необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий, списком рекомендованной литературы. Следует уяснить последовательность выполнения индивидуальных учебных заданий. Самостоятельная работа студента предполагает работу с научной и учебной литературой, умение создавать тексты. Уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях, изучения рекомендованной литературы, выполнения контрольных письменных заданий.

При изучении дисциплины студенты выполняют следующие задания:

- изучают рекомендованную научно-практическую и учебную литературу;
- выполняют задания, предусмотренные для самостоятельной работы.

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и семинарские занятия.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации на семинарское занятие и указания на самостоятельную работу.

Дидактическое назначение лекции заключается в том, чтобы ввести студентов в предмет, ознакомить с ее основными категориями, закономерностями изучаемой дисциплины и ее методическими основами, пробудить в них интерес к проблематике и стремление к самостоятельному мышлению. Тем самым определяются содержание и характер всей дальнейшей работы студента.

С самого начала лекции студенту необходимо настроить себя на активное ее прослушивание. Не жалейте места в тетради (всегда оставляйте поля), это позволит вам

делать комментарии, пометки. Помните, что любая тема и ее основные идеи должны быть найдены вами в кратчайшее время. Хороший конспект лекций значительно облегчает подготовку к практическим занятиям, а в дальнейшем к экзамену.

Упростить работу с лекционной тетрадью поможет использование текстовых выделителей и памяток-стикеров.

Студентам рекомендуется завести свой словарь терминов (алфавитный или тематический), куда стоит записывать все незнакомые термины и/или термины, вызвавшие затруднение, а также основных представителей различных направлений и подходов.

## **1.2. Методические рекомендации по подготовке к семинарским (практическим) занятиям (в том числе к устному выступлению с докладом, рефератом и пр.)**

Семинарские занятия завершают изучение наиболее важных тем учебной дисциплины. Они служат для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки докладов, сообщений, приобретения опыта устных публичных выступлений, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

Семинар предполагает свободный обмен мнениями по избранной тематике. Он начинается со вступительного слова преподавателя, формулирующего цель занятия и характеризующего его основную проблематику. Затем, как правило, заслушиваются сообщения студентов. Обсуждение сообщения совмещается с рассмотрением намеченных вопросов. Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам семинара, заслушиваются обычно в середине занятия. Поощряется выдвижение и обсуждение альтернативных мнений. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения и объявляет оценки выступавшим студентам. В целях контроля подготовленности студентов и привития им навыков краткого письменного изложения своих мыслей преподаватель в ходе семинарских занятий может осуществлять текущий контроль знаний в виде тестовых заданий.

При подготовке к семинару студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем студенты вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.

При проведении семинарских занятий студенту важно добиться не простого заучивания материала, а его осмысление и понимание. Это возможно только при активном участии самих студентов в процессе обучения. Существенную помощь студентам здесь окажут приведённые в конце каждой темы контрольные вопросы, а также задания для их самостоятельной работы. Студентам рекомендуется завести свой словарь терминов (алфавитный или тематический). В ходе устных выступлений следует демонстрировать знание специализированной терминологии.

Главной формой приобретения знаний была и остается самостоятельная работа по изучению курса с учетом рекомендаций преподавателя. Поэтому при подготовке к практическим занятиям следует не только опираться на рекомендованную литературу и литературу, которую вы сами сочтете полезной, но и использовать информацию из периодической печати, передач радио и телевидения и т.д. Кроме того, приветствуется критический анализ существующего теоретического материала с точки зрения его применения в практической деятельности.

Ответ на семинаре не предполагает простого чтения готового материала, студент должен отвечать свободно, прибегая к помощи **заранее подготовленного** материала. Большое значение имеет уверенное, логичное, последовательное и грамотное изложение материала, умение обосновать и аргументировать выдвигаемые идеи, проводить обобщения и делать промежуточные и итоговые выводы. Студентам, имеющим проблемы

с дикцией и/или подачей материала, имеет смысл проговорить своё выступление заранее.

### **1.3 Методические рекомендации к самостоятельной работе студента**

Самостоятельная работа – это вид учебной деятельности, которую студент совершает индивидуально или в группе без непосредственной помощи преподавателя (но так или иначе под контролем преподавателя), руководствуясь сформированными ранее знаниями и представлениями. Компетентностная модель образования предполагает значительное увеличение доли самостоятельной активности студента для реализации цели образовательной программы.

Задача преподавателя заключается в организации самостоятельной работы, позволяющей сформировать у студента необходимые знания, умения и навыки;

Задача студента заключается в том, чтобы в процессе самостоятельной работы под руководством преподавателя овладеть заявленной компетенцией, а также приобрести и/или развить способность к самостоятельному приобретению знаний, умений, навыков, а также к способности к самоорганизации и саморефлексии учебно-познавательной деятельности.

Возможные виды самостоятельной работы студентов:

1. Работа со словарями и справочником. Чтение основной и дополнительной литературы.
2. Самостоятельное изучение материала по первоисточникам.
3. Работа с библиотечными каталогами, самостоятельный подбор необходимой литературы.
4. Самостоятельный поиск необходимой информации в сети Интернет.
5. Конспектирование первоисточников.
6. Реферирование первоисточников.
7. Составление аннотаций.
8. Составление рецензий
9. Составление обзора публикаций по теме.
10. Составление и разработка словаря (гlossария).
11. Составление или заполнение таблиц.
12. Прослушивание аудиозаписей, просмотр видеоматериала по тематике дисциплины.
13. Подготовка к различным формам промежуточной и итоговой аттестации.
14. Подготовка устного сообщения для выступления на занятии.
15. Написание реферата. Подготовка к защите (представлению) реферата на занятии.
16. Подготовка доклада и написание тезисов доклада.
17. Подготовка к участию в групповой дискуссии (круглом столе).
18. Подготовка к групповому обсуждению кейс-задания.
19. Выполнения заданий для самоконтроля.

Одним из важных шагов к решению задач реализации самостоятельной работы является формирование у студентов умения на основе переработки первичных и вторичных текстов применять полученные знания для проектирования маркетингового исследования (самостоятельно формулировать цели, ставить конкретные задачи, искать способы их решения с помощью современных социологических методов).

### **1.4 Методические рекомендации к подготовке презентации**

Алгоритм создания презентации

- 1 этап – определение цели презентации
- 2 этап – подробное раскрытие информации,
- 3 этап - основные тезисы, выводы.

Следует использовать 10-15 слайдов. При этом:

- первый слайд – титульный, предназначен для размещения названия презентации, имени докладчика и его контактной информации;
  - на втором слайде необходимо разместить содержание презентации, а также краткое описание основных вопросов;
  - предпоследний слайд должен содержать информацию об использованных источниках;
  - последний слайд обозначает завершение выступления и содержит слова благодарности;
  - все оставшиеся слайды имеют информативный характер.
- Обычно подача информации осуществляется по плану: тезис – аргументация – вывод.

Рекомендации по созданию презентации:

1. Читабельность (видимость из самых дальних уголков помещения и с различных устройств), текст должен быть набран 24-30-ым шрифтом.
2. Тщательно структурированная информация.
3. Наличие коротких и лаконичных заголовков, маркированных и нумерованных списков.
4. Каждому положению (идее) надо отвести отдельный абзац.
5. Главную идею надо выложить в первой строке абзаца.
6. Использовать табличные формы представления информации (диаграммы, схемы) для иллюстрации важнейших фактов, что даст возможность подать материал компактно и наглядно.
7. Графика должна органично дополнять текст.
8. Выступление с презентацией длится не более 10 минут;

### **1.5 Методические рекомендации по подготовке кейс-задания**

Кейс-задание предполагает разработку исследовательского проекта и включает в себя следующие необходимые этапы:

1. Составление программы конкретного социологического исследования
2. Конструирование макета инструментария сбора данных в соответствии с основными положениями программы конкретного социологического исследования

При составлении программы маркетингового исследования необходимо учитывать актуальность и новизну темы исследования, наличие всех структурных элементов программы и их разработанность

1. Методологический раздел
  - формулировка (постановка) и обоснование проблемы исследования;
  - определение объекта и предмета исследования;
  - постановка цели и задач исследования;
  - теоретическая и эмпирическая интерпретация основных понятий;
  - системный анализ объекта исследования;
  - формулирование гипотез исследования;
2. Методический раздел
  - принципиальный (стратегический) план;
  - обоснование выборочной совокупности;
  - набросок основных методов сбора, обработки и анализа первичной информации.

При составлении макета инструментария сбора данных необходимо соблюдать соответствие с основными положениями программы исследования. Буквально, каждый

элемент инструментария (вопрос анкеты/сценария интервью, единица анализа документов / наблюдения) должны найти отражение в задачах и в системе эмпирических показателей, представленных в соответствующих элементах программы исследования.

### **1.6 Методические рекомендации к выполнению тестовых заданий**

Необходимо внимательно прочитать формулировку вопроса и предлагаемые варианты ответа. Если не предусмотрены дополнительные инструкции к вопросу, то следует выбирать только один вариант ответа, который в большей степени соответствует содержанию вопроса. Если вопрос вызывает затруднения, то рекомендуется сначала ответить на простые для обучающегося вопросы, а затем вернуться к более сложным. В случае значительных затруднений следует исключить наименее вероятные варианты и дать тот ответ, который, по мнению обучающегося, является максимально близким по смыслу; не рекомендуется оставлять вопрос без ответа.

### **1.7 Методические рекомендации по подготовке к сдаче зачета**

Главной целью процедуры является выяснение качества и количества знаний, умений и навыков студента.

Успешная задача зачета более вероятно при систематической работе студента в течение учебного семестра, поэтому не стоит откладывать подготовку к зачету на несколько последних дней.

В курсе «Б1.В.05.05 Социальная аналитика в интернет-маркетинге» предполагается зачет с использованием тестовых заданий и вопросов для обсуждения.

### **1.8 Методические рекомендации по подготовке к сдаче экзамена**

В курсе «Б1.В.05.05 Социальная аналитика в интернет-маркетинге» предполагается экзамен с использованием экзаменационных билетов, каждый билет включает в себя два вопроса к экзамену.

## **2. Планы практических занятий**

### **Практическое занятие 1-6: Тема 1. Понятие социальной аналитики и экспертизы (12 ч.)**

#### **План:**

1. Подходы к определению понятий «социальная аналитика» и «социальная экспертиза».
2. Особенности проведения социальной аналитики и экспертизы в современном цифровом обществе.
3. Анализ целей, смысла и содержания процессов аналитики и экспертизы в рамках управления организациями, проектами в условиях цифрового общества.

*Литература:* [1, с. 7-93]; [5, с. 10-53]

#### *Вопросы для самоконтроля*

1. Подходы к определению понятий «социальная аналитика».
2. Подходы к определению понятий «социальная экспертиза».
3. Назовите основные сходства и отличия понятий «социальная аналитика» и «социальная экспертиза».
4. Раскройте понятие цифрового общества
5. Особенности проведения социальной аналитики и экспертизы в современном цифровом обществе.
6. Назовите особенности процессов аналитики и экспертизы в рамках управления

организациями, проектами.

*Задание для самостоятельной работы*

Сопоставить понятия «социальная аналитика» и «социальная экспертиза», представить в виде сравнительной таблицы.

**Практическое занятие 7-10: Методы проведения социальной аналитики и экспертизы в Интернете (8 ч.)**

Интерактивное занятие: Кейс-задание (выполняется самостоятельно, проверяется в форме группового обсуждения): составление программы инструментария социологического исследования в рамках проведения социальной аналитики и экспертизы в Интернете (тема по выбору). Сделать презентацию составленной программы и защитить ее перед группой.

*Литература:* [1, с. 7-93]; [5, с. 145-167]

**Практическое занятие 11-16: Интернет-маркетинг. Особенности интернет-аудитории в России (12 ч.)**

**План:**

1. Классический и интернет-маркетинг: основные понятия, ключевые метрики, цели и задачи.
2. Модель маркетинг-микс
3. Развитие интернет-маркетинга в России.
4. Понятие поисковых систем и их эволюция.
5. Принципы работы поисковых систем.
6. Основные поисковые системы.
7. Оптимизация сайта.
8. Основные метрики в продвижении сайтов.
9. Эволюция социальных сетей, популярные сети в России.
10. Особенности аудитории социальных сетей.
11. Social media marketing.

*Литература:* [1, с. 22-50]; [2, с. 37-53]

*Вопросы для самоконтроля*

1. Раскройте основные понятия классического маркетинга.
2. Раскройте основные понятия интернет-маркетинга.
3. Назовите ключевые метрики, цели и задачи интернет-маркетинга.
4. В чем заключается суть модели маркетинг-микс
5. Раскройте понятие интернет-маркетинга:
6. Назовите особенности, возможности и отличия от классического маркетинга.
7. Раскройте особенности развития интернет-маркетинга в России.
8. Раскройте понятие поисковых систем и их эволюция.
9. Назовите принципы работы поисковых систем.
10. Перечислите основные поисковые системы.
11. В чем заключается работа по оптимизации сайта?
12. Каковы основные метрики в продвижении сайтов?
13. Раскройте эволюцию социальных сетей, назовите популярные сети в России.
14. Каковы особенности аудитории социальных сетей?
15. Что такое «Social media marketing»?

Интерактивное занятие (практическое занятие №13-16): кейс-задание (выполняется самостоятельно, проверяется в форме группового обсуждения): конструирование макета программы и инструментария сбора данных интернет-маркетингового исследования

*Задание для самостоятельной работы*

Приведите примеры запрещенных методов поискового продвижения из реальной практики (анализ сайтов).

Разработать критерии для составления портрета аудитории одной из социальных сетей

Подготовить текст письма для продвижения какого-либо товара по электронной почте и представить результаты на практических занятиях

**Практическое занятие 17-18: Анализ продукта, целевой аудитории, конкурентов. Позиционирование, продвижение, рекламные каналы (4 ч.)**

**План:**

1. Понятие целевой аудитории. Что включает в себя анализ продукта: основные показатели.
2. Основные параметры в анализе конкурентов. SWOT-анализ.
3. Поисковое продвижение. Основные метрики в продвижении сайтов.
4. Социальные сети.
5. Таргетированная реклама.
6. Почтовые рассылки и их виды.
7. Создание и отправка письма.
8. Оценка эффективности
9. Особенности и преимущества контекстной рекламы.
10. Виды баннеров.
11. Понятие тизерной рекламы.
12. Оценка эффективности.

*Литература:* [1, с. 180-199].

*Вопросы для самоконтроля*

1. Раскройте понятие целевой аудитории.
2. Что включает в себя анализ продукта? Назовите основные показатели.
3. Каковы основные параметры и методы анализа конкурентов.
4. В чем заключается поисковое продвижение?
5. Каковы основные метрики в продвижении сайтов?
6. В чем суть таргетированной рекламы?
7. Что такое почтовые рассылки и каковы их виды?
8. Раскройте правила процесса создания и отправки письма.
9. Как проводится оценка эффективности почтовых рассылок
10. Назовите особенности и преимущества контекстной рекламы.
11. Какие виды баннеров можно выделить?
12. Раскройте понятие тизерной рекламы.
13. Как проводится оценка эффективности рекламы различных видов.

*Задание для самостоятельной работы*

Подобрать рекламные сообщения разных типов и провести оценку их эффективности по заранее заданным критериям

**Практическое занятие 19-21: Понятие юзабилити. Чек-лист Якоба Нильсена (6**

ч.)

**План:**

1. Понятие юзабилити.
2. Оценка юзабилити с помощью веб-аналитики.
3. 10 правил работы системы Я. Нильсена.

*Литература:* [1, с. 305-321]

*Вопросы для самоконтроля*

1. Раскройте понятие юзабилити.
2. Как проводится оценка юзабилити с помощью веб-аналитики?
3. Назовите 10 правил работы системы Я. Нильсена.

*Задание для самостоятельной работы*

Примените правила Я. Нильсена к оценке юзабилити любого сайта на выбор

**Практическое занятие 22-25: Что такое веб-аналитика. Сбор статистики офлайн и онлайн. Оценка эффективности продвижения. Проведение экспериментов (8 ч.)**

**План:**

1. Понятие веб-аналитики.
2. Основные задачи аналитики, построение гипотез.
3. Современные системы аналитики и основные метрики анализа
4. А/В тестирование и эксперименты.
5. Основные показатели для оценки эффективности.

*Литература:* [1, с. 300-321]

*Вопросы для самоконтроля*

1. Раскройте понятие веб-аналитики.
2. Назовите основные задачи аналитики
3. В чем суть построения гипотез?
4. Каковы современные системы аналитики и основные метрики анализа?
5. В чем суть А/В тестирования и экспериментов?
6. Назовите основные показатели для оценки эффективности продвижения.

*Задание для самостоятельной работы*

На конкретном примере сформулируйте 2-3 гипотезы для проведения веб-аналитики  
В малых группах разработать кейс для проведения эксперимента