



Факультет коммуникаций, медиа и дизайна

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель Первый проректор



Д.Л. Волков

2021 г.

**Дополнительная профессиональная программа
(повышение квалификации)**

«Медиакоммуникации в социальных сетях»

36 ч.

Авторы-составители:

Ю.А. Черненко,

к.фил.н, старший преподаватель департамента медиа,
эксперт лаборатории медиакоммуникаций в образовании
НИУ ВШЭ

Д.И. Сапрыкина,

приглашенный преподаватель департамента медиа,
заместитель заведующего лабораторией
медиакоммуникаций в образовании
НИУ ВШЭ

Направление: Проект ДОНМ

«Медиакласс в московской школе»

Москва 2021

Раздел 1. «Характеристика программы»

1.1. Цель реализации программы: совершенствование имеющихся профессиональных компетенций обучающихся в сфере медиакоммуникаций в социальных сетях.

1.2. Совершенствуемые компетенции

№	Компетенция	Направление подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»
		Код компетенции
1.	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1
2.	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4
3.	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6
4.	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7

1.3. Планируемые результаты обучения

№	Уметь – знать	Направление подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»
		Квалификация Бакалавриат
		Код компетенции
1.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ключевые понятия медиакоммуникаций социальных медиа в сети интернет (авторский медиаконтент, медиапроекты, сторителлинг, «персональный комплекс», авторское право, медиаэтика и медиаграмотность) - основные этапы развития социальных медиа в сети интернет в России и в мире - роль социальных медиа в сети интернет в медиакоммуникационных процессах 	ОПК-1, ОПК-6
2.	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - настраивать ключевой функционал социальных медиа в сети 	ОПК-6

	<p>интернет</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ключевой функционал социальных медиа в сети интернет - специфику работы алгоритмов социальных медиа в сети интернет - основные принципы работы публичности и приватности в социальных медиа в сети интернет - алгоритм настраивания ключевого функционала социальных медиа в сети интернет 	
3.	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять целевую аудиторию авторского медиаконтента в социальных медиа в сети интернет для наиболее полного ответа на их запросы и потребности на основании соответствующего анализа <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятия «целевая аудитория», «лояльная аудитория», «ядро аудитории», «бренд-чемпион»; - алгоритм определения целевой аудитории медиапроекта для наиболее полного ответа на их запросы и потребности. - стратегию анализа запросов и потребностей целевой аудитории медиапроектов в социальных медиа в сети интернет 	ОПК-4
4.	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определить авторский медиаконтент в социальных медиа в сети интернет и использовать его в соответствии с нормами авторского права <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ключевые нормы авторского права в социальных медиа в сети интернет - основные документы, регламентирующие использование интеллектуальной собственности в социальных медиа в сети интернет - алгоритм определения соответствия авторского контента в социальных медиа в сети интернет нормам авторского права 	ОПК-1
5.	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - регулировать настройки приватности и определять риски и эффекты размещения различного вида авторского медиаконтента в социальных медиа в сети интернет в соответствии с принципами медиаэтики и медиаграмотности <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятия «медиаэтика», «медиаграмотность», «фейк» - основные принципы медиаэтики при использовании социальных медиа в сети интернет - основные правила безопасности при коммуникации в социальных медиа в сети интернет - алгоритм анализа авторского медиаконтента на соответствие нормам медиаэтики и медиаграмотности - алгоритмы регулировки настройки приватности и определения рисков и эффектов размещения различного вида 	ОПК-1, ОПК-7

	авторского медиаконтента в социальных медиа в сети интернет в соответствии с принципами медиаэтики и медиаграмотности	
6.	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать авторский медиаконтент разных форматов для социальных медиа в сети интернет в соответствии с запросами и потребностями целевой аудиторией <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды и форматы авторского медиаконтента (фото, видео, аудио, текст) - ключевые требования к медиаконтенту в социальных медиа в сети интернет в соответствии с запросами и потребностями с целевой аудиторией - основные законы сторителлинга в социальных медиа в сети интернет - стратегия создания авторского медиаконтента разных форматов для социальных медиа в сети интернет в соответствии с запросами и потребностями с целевой аудиторией 	ОПК-1, ОПК – 4
7.	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать интерактивные сценарии учебных занятий по теме курса «Медиакоммуникации в социальных сетях» в рамках проекта «Медиакласс в московской школе» <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стратегию разработки интерактивных учебных занятий о теме «Медиакоммуникации в социальных сетях» в рамках проекта «Медиакласс в московской школе» 	ОПК-1 ОПК-6

1.4. Категория слушателей:

Уровень образования – высшее образование; область профессиональной деятельности – общее образование, дополнительное образование детей. Учителя и административные сотрудники образовательных организаций общего образования, педагоги дополнительного образования, преподаватели вузов, которые будут вести курс «Медиакоммуникации в социальных сетях».

Рекомендуемые имеющиеся навыки для успешного освоения курса - базовые знания о работе медиа и социальных сетей, использование социальных сетей для личных и рабочих целей.

1.5. Тип программы:

Целевая программа реализуется в рамках гранта Департамента образования и науки города Москвы «Сотрудничество НИУ ВШЭ со школами в рамках реализации проекта предпрофессионального образования «Медиакласс в московской школе».

1.6. Форма обучения: очная

1.7. Режим занятий: 2-3 раза в неделю не менее 2 академических часов в день. Длительность курса не менее 2 недель.

1.8. Трудоемкость программы: 36 академических час. (в том числе 21 ауд. час.).

Раздел 2. «Содержание программы»

1. Учебный (тематический) план:

№ п/п	Наименование разделов (модулей), тем	Трудоемкость в часах	Объем аудиторных часов*			Самостоятельная работа	Форма контроля ¹⁴
			Всего часов	Лекции	Практические занятия		
1	Раздел (модуль) 1. Социальные сети и их роль в медиакоммуникациях	18	12	8	4	6	
1.1	Вводное занятие	1	1	1			
1.2	История социальных сетей	1	1	1			
1.3	Социальные сети: специфика и анализ функций	3	2	1	1	1	Тест №1 Проект №1

1.4	Целевые аудитории и “портрет пользователя”	3	2	1	1	1	Проект №2
1.5	Медиаэтика и медиаграмотность	3	2	1	1	1	Проект №3
1.6	Правовые основы работы социальных соцсетей	2	1	1		1	Проект №4
1.7	Авторское право в социальных сетях	2	1	1		1	Проект №5
1.8	Основы безопасности в социальных сетях	3	2	1	1	1	Проект №6
2	Раздел (модуль) 2. Мультимедийные технологии для социальных сетей	16	8	4	4	8	
2.1	Текстовый контент: мастерская (Рассказывание историй в социальных сетях)	8	4	2	2	4	Проект №7
2.2	Фото и видео-контент: мастерская	8	4	2	2	4	Проект №8
3	Раздел (модуль) 3. Особенности обучения в рамках проекта «Медиакласс в московской школе»	2	1		1	1	
3.1	Разработка учебных занятий в рамках проекта «Медиакласс в московской школе»	2	1		1	1	Проект №9
	Итоговая аттестация						Зачет на основании совокупности выполненных работ и результатов тестирования
	ИТОГО:	36	21	12	9	15	

2.2. Учебная программа

№ п/п	Виды учебных занятий, учебных работ	Содержание
Раздел (модуль) 1. Социальные сети и их роль в медиакommunikациях		

Тема 1.1. Вводное занятие	Лекция (1 час)	Ключевые понятия медиакommunikаций в социальных медиа в сети интернет (авторский медиаконтент, медиапроекты, сторителлинг, «персонажный комплекс», авторское право, медиаэтика и медиаграмотность).
Тема 1.2. История социальных сетей	Лекция (1 час)	Основные этапы развития социальных медиа в сети интернет в России и в мире и роль социальных медиа в сети интернет в медиакommunikационных процессах.
Тема 1.3. Социальные сети: специфика и анализ функций	Лекция (1 час)	Ключевой функционал социальных медиа в сети интернет, специфика работы алгоритмов социальных медиа в сети интернет, основные принципы работы публичности и приватности в социальных медиа в сети интернет, алгоритм настраивания ключевого функционала социальных медиа в сети интернет
	Практическое занятие (1 час)	Тест №1. По материалам Темы 1.1, 1.2. Работа в малых группах. Тренинг Настройка ключевого функционала социальных медиа в сети интернет, предложенных преподавателем.
	Самостоятельная работа (1 час)	Проект №1. 1. Настройка ключевого функционала выбранных социальных медиа в сети интернет. 2. Презентация результатов работы.
Тема 1.4. Целевые аудитории и “портрет пользователя”	Лекция (1 час)	Понятия «целевая аудитория», «лояльная аудитория», «ядро аудитории», «бренд-чемпион». Алгоритм определения целевой аудитории медиапроекта для наиболее полного ответа на их запросы и потребности на основании соответствующего анализа. Стратегия анализа запросов и потребностей целевой аудитории медиапроектов в социальных медиа в сети интернет.
	Практическое занятие (1 час)	Работа в малых группах. Тренинг 1. Определение целевой аудитории медиапроекта. 2. Анализ запросов и потребностей целевой аудитории медиапроекта. 3. Настройка ключевого функционала социальных медиа в сети интернет с учетом выявленных запросов и потребностей целевой аудитории.
	Самостоятельная	Проект №2.

	работа (1 час)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определение целевой аудитории выбранного медиапроекта 2. Анализ запросов и потребностей целевой аудитории выбранного медиапроекта. 3. Настройка ключевого функционала социальных медиа в сети интернет с учетом выявленных запросов и потребностей целевой аудитории. 4. Презентация результатов работы
Тема 1.5. Медиаэтика и медиаграмотность	Лекция (1 час)	Понятия «медиаэтика», «медиаграмотность», «фейк», основные принципы медиаэтики при использовании социальных медиа в сети интернет.
	Практическое занятие (1 час)	<p>Работа в малых группах.</p> <p>Тренинг</p> <p>Определение рисков и эффектов размещения авторского медиаконтента, данного преподавателем, в социальных медиа в сети интернет в соответствии с принципами медиаэтики и медиаграмотности.</p>
	Самостоятельная работа (1 час)	<p>Проект №3</p> <p>1. Определение рисков и эффектов размещения выбранного авторского медиаконтента в социальных медиа в сети интернет в соответствии с принципами медиаэтики и медиаграмотности.</p> <p>2. Презентация результатов работы.</p>
Тема 1.6. Правовые основы работы социальных соцсетей	Лекция (1 час)	Основные документы, регламентирующие использование интеллектуальной собственности в социальных медиа в сети интернет.
	Самостоятельная работа (1 час)	<p>Проект №4</p> <p>1. Анализ возможности использования авторского медиаконтента в социальных медиа в интернете в соответствии с нормами авторского права.</p> <p>2. Презентация результатов работы.</p>
Тема 1.7. Авторское право в социальных сетях	Лекция (1 час)	Ключевые нормы авторского права в социальных медиа в сети интернет, алгоритм определения соответствия авторского контента в социальных медиа в сети интернет нормам авторского права.
	Самостоятельная работа (1 час)	<p>Проект №5</p> <p>1. Определение авторского медиаконтента в социальных сетях и возможности его использования в соответствии с нормами авторского права.</p> <p>2. Презентация результатов работы.</p>
Тема 1.8. Основы	Лекция (1 час)	Основные правила безопасности при коммуникации

безопасности в социальных сетях		в социальных медиа в сети интернет.
	Практическое занятие (1 час)	Работа в малых группах Тренинг 1. Регулирование настроек приватности в социальных медиа в сети интернет 2. Определение рисков и эффектов размещения различных видов авторского медиаконтента.
	Самостоятельная работа (1 час)	Проект №6 1. Регулирование настроек приватности в социальных медиа в сети интернет 2. Определение рисков и эффектов размещения различных видов авторского медиаконтента. 3. Презентация результата работы.
Раздел (модуль) 2. Мультимедийные технологии для социальных сетей		
Тема 2.1. Текстовый контент: мастерская (Рассказывание историй в социальных сетях)	Лекция (2 часа)	Виды текстового авторского медиаконтента, ключевые требования к медиаконтенту в социальных медиа в сети интернет в соответствии с целевой аудиторией, основные законы сторителлинга в социальных медиа в сети интернет, стратегия создания авторского медиаконтента разных форматов для социальных медиа в сети интернет в соответствии с целевой аудиторией
	Практическое занятие (2 часа)	Работа в малых группах Тренинг Создание авторского текстового медиаконтента для социальных медиа в сети интернет в соответствии с целевой аудиторией
	Самостоятельная работа (4 часа)	Проект №7 1. Создание авторского текстового медиаконтента для социальных медиа в сети интернет в соответствии с целевой аудиторией 2. Презентация результатов работы
Тема 2.2. Фото и видео-контент: мастерская	Лекция (2 часа)	Виды визуального авторского медиаконтента, ключевые требования к медиаконтенту в социальных медиа в сети интернет в соответствии с целевой аудиторией, основные законы сторителлинга в социальных медиа в сети интернет, стратегия создания авторского медиаконтента разных форматов для социальных медиа в сети интернет в соответствии с целевой аудиторией
	Практическое занятие (2 часа)	Работа в малых группах Тренинг Создание авторского визуального медиаконтента для социальных медиа в сети интернет в

		соответствии с целевой аудиторией
	Самостоятельная работа (4 часа)	Проект №8 1. Создание авторского визуального медиаконтента для социальных медиа в сети интернет в соответствии с целевой аудиторией 2. Презентация результатов работы
Раздел (модуль) 3. Особенности обучения в рамках проекта «Медиакласс в московской школе»		
Тема 3.1. Разработка учебных занятий в рамках проекта «Медиакласс в московской школе»	Самостоятельная работа (1 час)	Проект №9 1. Разработка интерактивного сценария урока по одной из тем курса «Медиакоммуникации в социальных сетях». 2. Размещение интерактивного сценария урока в библиотеке МЭШ.
	Практическое занятие (1 час)	Проект №9 Презентация интерактивного сценария урока по одной из тем курса «Медиакоммуникации в социальных сетях».
Итоговая аттестация	Зачет	Зачет на основании совокупности выполненных работ и результатов тестирования.

Раздел 3. Материально-технические условия реализации программы

Перечень необходимого оборудования

1. Личный мобильный телефон с выходом в сеть интернет.
2. Предустановленные приложения для обработки фото (например, Snapseed) и видео (например, Inshot), верстки визуальных материалов (например, Figma).
3. Наличие Microsoft Office версии не ниже 2003 (Word, Excel, PowerPoint).
4. Мультимедийный проектор, пульт, экран.

Список основной литературы

1. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. — (Учебники Высшей школы экономики). — 413, [3] с.
2. Новикова А. А., Кирия И. В. История и теория медиа. 2-е изд. М. : Издательский дом НИУ ВШЭ, 2020.
3. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики: Хрестоматия. — М.: Издательство Московского университета, 2011. — 348 с.
4. Словарь языка интернета. RU [Текст] / [М. А. Кронгауз и др.] ; под ред. М. А. Кронгауза ; "Словари XXI века", программа. - Москва : АСТ-ПРЕСС : АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2018.
5. Шилова Е.С. Социальная сеть как особый вид интернет-коммуникации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. №5-1 (83).

Список дополнительной литературы

1. Снайдер Б. Спасите котика! И другие секреты сценарного мастерства. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019.
2. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — 304 с.
3. Макки Р. История на миллион долларов. Мастер-класс для сценаристов, писателей и не только... М.: Альпина нон-фикшн, 2019.
4. Вазовски К. Подкаст за две недели. М.: Альпина Паблишер, 2021.
5. Воглер К. Путешествие писателя. Мифологические структуры в литературе и кино. М.: Альпина нон-фикшн, 2019.
6. Джексон М. Человеческие сети. М.: Corrus, 2020.

Электронные ресурсы

1. Тоискин В.С., Красильников В.В. Классификация социальных сетей интернет как элементов социальных структур // Научный электронный архив.
[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://econf.rae.ru/article/7041>
2. KASPERSKY PRIVACY CHECKER.
[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://privacy.kaspersky.com/ru/>

Раздел 4. Формы аттестации

Вид аттестации	Форма контроля	Характеристика оценочных материалов
Текущая (проекты)	Практическая работа (проект)	Представление проектов по темам
Текущая (домашние работы)	Практическая работа (домашнее задание)	Выполнение домашних заданий по темам
Текущая (тест)	Практическая работа (тест)	Тест
Итоговая	Зачет на основании совокупности выполненных работ и результатов тестирования	

4.1. Текущий контроль.

4.1.1. Текущий контроль осуществляется посредством выполнения проектов:

№ темы, раздела	Наименование разделов и тем	Форма контроля
1.3	Социальные сети: специфика и анализ функций	Тест №1 По темам 1.1 и 1.2. Требования к работе: работа осуществляется на основании материалов лекций

		<p>Критерии оценивания: выбраны правильные варианты ответов на вопросы теста на основании материалов лекций. Даны правильные ответы более чем на 60% вопросов</p> <p>Оценивание: зачет/незачет</p> <p>Проект №1: 1. Настройка ключевого функционала выбранных социальных медиа в сети интернет. 2. Презентация результата работы.</p> <p>Требования к работе: работа осуществляется на основании алгоритма настраивания ключевого функционала социальных медиа в сети интернет</p> <p>Критерии оценивания: все шаги алгоритма выполнены правильно в полном объеме</p> <p>Оценивание: зачет/незачет</p>
1.4	Целевые аудитории и “портрет пользователя”	<p>Проект №2: 1. Определение целевой аудитории выбранного медиапроекта. 2. Анализ запросов и потребностей целевой аудитории выбранного медиапроекта. 3. Настраивание ключевого функционала социальных медиа в сети интернет с учетом выявленных запросов и потребностей целевой аудитории. 4. Презентация результатов работы.</p> <p>Требования к работе: работа осуществляется на основании алгоритма определения целевой аудитории медиапроекта, стратегии анализа запросов и потребностей целевой аудитории медиапроектов в социальных медиа в сети интернет и алгоритма настраивания ключевого функционала социальных медиа в сети интернет</p> <p>Критерии оценивания: все шаги стратегии, алгоритмов выполнены правильно в полном объеме</p> <p>Оценивание: зачет/незачет</p>
1.5	Медиаэтика и медиаграмотность	<p>Проект №3: 1. Определение рисков и эффектов размещения выбранного авторского медиаконтента в социальных медиа в сети интернет в соответствии с принципами медиаэтики и медиаграмотности. 2. Презентация результатов работы.</p> <p>Требования к работе: работа осуществляется на основании принципов медиаэтики и медиаграмотности</p> <p>Критерии оценивания: авторский медиаконтент проанализирован в соответствии с принципами медиаэтики и медиаграмотности в полном объеме</p>

		Оценивание: зачет/незачет
1.6	Правовые основы работы социальных соцсетей	<p>Проект №4:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ возможности использования авторского медиаконтента в социальных медиа в интернете в соответствии с нормами авторского права. 2. Презентация результатов работы. <p>Требования к работе: работа осуществляется на основании норм авторского права</p> <p>Критерии оценивания: авторский медиаконтент проанализирован в соответствии с нормами авторского права</p> <p>Оценивание: зачет/незачет</p>
1.7	Авторское право в социальных сетях	<p>Проект №5:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определение авторского медиаконтента в социальных сетях и возможности его использования в соответствии с нормами авторского права. 2. Презентация результатов работы. <p>Требования к работе: работа осуществляется на основании алгоритм определения соответствия авторского контента в социальных медиа в сети интернет нормам авторского права</p> <p>Критерии оценивания: все шаги алгоритма выполнены правильно в полном объеме.</p> <p>Оценивание: зачет/незачет</p>
1.8	Основы безопасности в социальных сетях	<p>Проект №6:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Регулирование настроек приватности в социальных медиа в сети интернет 2. Определение рисков и эффектов размещения различных видов авторского медиаконтента. 3. Презентация результата работы. <p>Требования к работе: работа осуществляется на основании алгоритма настраивания приватности в социальных медиа в сети интернет и определения рисков и эффектов размещения авторского медиаконтента</p> <p>Критерии оценивания: все шаги алгоритма выполнены правильно в полном объеме, оценка рисков и эффектов проведена правильно в полном объеме</p> <p>Оценивание: зачет/незачет</p>
2.1	Текстовый контент: мастерская (Рассказывание историй в социальных сетях)	<p>Проект №7:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Создание авторского текстового медиаконтента для социальных медиа в сети интернет в соответствии с целевой аудиторией

		<p>2. Презентация результатов работы</p> <p>Требования к работе: работа осуществляется на основании стратегии создания авторского текстового медиаконтента для социальных медиа в сети интернет в соответствии с запросами и потребностями с целевой аудиторией.</p> <p>Критерии оценивания: все шаги стратегии выполнены правильно в полном объеме, созданный авторский медиаконтент учитывает потребности и запросы целевой аудитории</p> <p>Оценивание: зачет/незачет</p>
2.2	Фото и видео-контент: мастерская	<p>Проект №8:</p> <p>1. Создание авторского визуального медиаконтента для социальных медиа в сети интернет в соответствии с целевой аудиторией</p> <p>2. Презентация результатов работы</p> <p>Требования к работе: работа осуществляется на основании стратегии создания авторского визуального медиаконтента для социальных медиа в сети интернет в соответствии с запросами и потребностями с целевой аудиторией.</p> <p>Критерии оценивания: все шаги алгоритма выполнены правильно в полном объеме, созданный авторский медиаконтент учитывает потребности и запросы целевой аудитории</p> <p>Оценивание: зачет/незачет</p>
3.1	Разработка учебных занятий в рамках проекта «Медиакласс в московской школе»	<p>Проект №9:</p> <p>1. Разработка интерактивного сценария урока по одной из тем курса «Медиакоммуникации в социальных сетях».</p> <p>2. Размещение интерактивного сценария урока в библиотеке МЭШ.</p> <p>2. Презентация интерактивного сценария урока.</p> <p>Требования к работе: работа осуществляется на основании стратегии разработки интерактивных учебных занятий по теме «Медиакоммуникации в социальных сетях».</p> <p>Критерии оценивания: все этапы стратегии разработки интерактивных учебных занятий по теме «Медиакоммуникации в социальных сетях» выполнены в полном объеме.</p> <p>Оценивание: зачет/незачет</p>

4.2. Форма итоговой аттестации: зачет на основании совокупности

выполненных работ и результатов тестирования

Пример вопросов для теста:

1. Медиарынок – это
 - a) район охвата аудитории средствами массовой информации, принадлежащими той или иной компании
 - b) это сложная иерархическая структура креативной экономики, обеспечивающая обслуживание возрастающих информационных запросов массовой аудитории
 - c) структуры, распространяющие информацию для широкого круга лиц с определенной периодичностью с помощью специальных средств
 - d) вид социальной активности, который затрагивает производство, передачу и получение символических форм

2. Лица или организации, которые используют действующую систему (например, социальную сеть) для выполнения конкретной функции – это
 - a) покупатели
 - b) читатели
 - c) посетители
 - d) пользователи

3. Первой социальной сетью в классическом понимании принято считать
 - a) FidoNet
 - b) Classmates
 - c) Facebook
 - d) Одноклассники

4. Прототип социальной сети Facebook был создан для
 - a) обмена и хранения данных
 - b) прослушивания музыки
 - c) поиска и общения с одноклассниками
 - d) оценки чужих фотографий

