

Б1.В.05 Социология Интернета

Объем дисциплины (модуля) 4 ЗЕТ (144 час)

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины - формирование у обучающихся знаний о теоретических и эмпирических исследованиях в области социологии интернета, об основных концепциях информационного общества, особенностях взаимодействия индивидов и социальных групп в киберпространстве, а также умений и навыков сбора, обработки, интерпретации и анализа полученных данных, использования Интернета в качестве исследовательского инструмента.

Задачи изучения дисциплины: сформировать: знания: об основных концепциях информационного общества; специфике взаимодействия социальных групп и социальных общностей в киберпространстве, социальной структуре виртуальной реальности, её особенностях; специфике Интернета как средства массовой коммуникации и исследовательского инструмента; методах сбора, обработки, интерпретации полученных данных в области социологии Интернета; умения: находить, анализировать и представлять фактические данные о социальной структуре виртуальной реальности, готовить информацию об исследуемых социальных группах, процессах и явлениях; разрабатывать программу и инструментарий эмпирического исследования в Интернете; использовать информационные ресурсы Всемирной Сети для сбора, обработки, анализа социологических данных и их представления, проводить эмпирические исследования в области социологии Интернета; навыки: проведения исследований, социологических опросов в Интернете, online-исследований в маркетинговых целях.

ФОРМИРУЕМЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ

ПК-2.1: Способен планировать и проектировать фундаментальное и прикладное социологическое и маркетинговое исследование, разработать его дизайн и методическую стратегию с учетом специфики исследования рынков, в т.ч. в сети «Интернет»

ПК-2.1.3: Осуществляет сбор информации в соответствии с требованиями инструкции и инструментария, разработанного с учетом методологических требований к соответствующим методам: опроса, анализа документальных источников, наблюдения, социального эксперимента

ПК-2.1.1: Создает концепцию научного (фундаментального или прикладного, включая маркетинговое) исследования: разработка программы социологического исследования, модели измеряемых показателей, описание объекта, принципов отбора источников информации (респондентов, документов); выбор и описание методов сбора и обработки информации для всех этапов исследования

ПК-2.2: Способен обрабатывать, анализировать и интерпретировать данные для подготовки аналитических решений, экспертных заключений и рекомендаций

ПК-2.2.5: Имеет навыки разработки и описания методологии больших данных

ПК-2.2.4: Знает методологию и принципы больших данных, классификацию видов данных и их характеристики, методологию обследования процессов больших данных, базовые алгоритмы обработки больших данных

ПК-2.3: Способен разработать стратегию продвижения в информационно-коммуникационной сети «Интернет» и управлять стратегией интернет-продвижения

ПК-2.3.1: Подбирает каналы и формирует систему показателей эффективности продвижения в сети «Интернет»

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

Знать: основные концепции информационного общества; специфику взаимодействия социальных групп и социальных общностей в киберпространстве, социальной структуры виртуальной реальности, её особенности; специфику Интернета как средства массовой коммуникации и исследовательского инструмента; методы сбора, обработки, интерпретации полученных данных в области социологии Интернета; базовые алгоритмы обработки больших данных

Уметь: находить, анализировать и представлять фактические данные о социальной структуре виртуальной реальности, готовить информацию об исследуемых социальных группах, процессах и явлениях; разрабатывать программу и инструментарий эмпирического исследования в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"; использовать информационные ресурсы Всемирной Сети для сбора, обработки, анализа социологических данных и их представления; проводить эмпирические исследования в области социологии Интернета; подбирать каналы и формировать систему показателей эффективности продвижения в сети «Интернет»

Владеть: методикой и техникой проведения исследований в социальных сетях, социологических опросов в Интернете, online-исследований; навыками разработки, описания методологии больших данных, сбора, обработки, интерпретации и анализа полученных данных.

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Раздел 1. Интернет в зеркале социологического анализа

Раздел 2. Специфика взаимодействия социальных групп и социальных общностей в киберпространстве. Принципы больших данных

Раздел 3. Интернет в системе средств массовой коммуникации

Раздел 4. Методика и техника проведения исследований в социальных сетях, социологических опросов в Интернете