

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ



ОНЛАЙН-ИССЛЕДОВАНИЯ

**Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:**

1-23 80 11 Коммуникации

Профилизация: Медиаисследования и социальная аналитика

2019 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-23 80 11 -2019 и учебного плана Е23-083/уч. от 11.04.2019г.

СОСТАВИТЕЛЬ:

В.С. ЛАПУЦКИЙ, преподаватель кафедры социальной коммуникации
Белорусского государственного университета, магистр социологических наук

Рецензент:

И.А. НИКИТИН, директор по развитию ООО «Фисташки»

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой социальной коммуникации ФФСН

(протокол № 13 от 03.05.2019 г.)

Научно-методическим Советом БГУ

(протокол № 5 от 28 июня 2019 г.)

Заведующий кафедрой
социальной коммуникации



И.И.Калачёва

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цель учебной дисциплины – обучение магистрантов теоретическим и практическим основам проведения онлайн-исследований с использованием онлайн-инструментов и специальных методик получения и анализа информации, предоставляемой сетью Интернет.

Учебные задачи дисциплины:

1. Выделить основные направления гуманитарных исследований, проводимых в интернете.
2. Рассмотреть методологические особенности проведения онлайн-исследований.
3. Оценить преимущества и недостатки отбора респондентов в выборку при проведении онлайн-опросов.
4. Изучить приемы и методы мониторинга СМИ и социальных медиа и оформления аналитических материалов по итогам исследования.
5. Изучить программное обеспечение и методологию сетевого анализа пользователей интернета.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием

Учебная дисциплина относится к дисциплинам компонента учреждения высшего образования, модуля «Социальная аналитика в интернете».

Учебная дисциплина читается в первом семестре и имеет непосредственную тематическую и предметную связь с такими учебными дисциплинами как «Социальная аналитика и методология качественных исследований» и «Мониторинг социальных медиа».

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Онлайн-исследования» должно обеспечить формирование следующих универсальных, углубленных профессиональных и специальных компетенций.

СК-2. Владеть методологией проведения онлайн-исследований и мониторинга социальных медиа.

В результате изучения данной дисциплины магистрант должен:

знать:

- основные тенденции онлайн-исследований на современном этапе развития Интернета;
- методологию и программное обеспечение онлайн-исследований;
- особенности оформления результатов онлайн-исследований.

уметь:

- разработать программу онлайн-исследования;
- собрать и обработать первичные данные;
- обобщить полученные данные и оформить аналитическую записку по итогам исследования.

владеть:

- базовыми теоретическими знаниями и практическими навыками для проведения онлайн-исследований.

Структура учебной дисциплины

Дисциплина изучается в 1 семестре. Всего на изучение учебной дисциплины «Онлайн-исследования» отведено для очной формы получения высшего образования – 90 часов, в том числе 36 аудиторных часов, из них: лекции – 16 часов, семинарские занятия – 14 часов (из них 8 часов дистанционное обучение), управляемая самостоятельная работа – 6 часов.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Форма текущей аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Онлайн-исследования на современном этапе развития Интернета

Роль Интернета в жизни современного человека: информатизация, сетевое сообщество, виртуализация, геймификация. Междисциплинарный подход в проведении социальных онлайн-исследований: сочетание методологии социологических, лингвистических, психологических исследований. Необходимость использования технических возможностей Интернета для получения первичных данных. Преимущества и проблемы проведения онлайн-исследований. Этические проблемы проведения онлайн-исследований.

Основные направления онлайн-исследований: исследование аудитории Интернета; интернет-опросы; мониторинг традиционных печатных СМИ и новых медиа; изучение и анализ социальных сетей в Интернете; большие данные (Big Data). Классификация интернет-исследований (Л. Скитка и Э. Саргис) на транслирующие, феноменологические, новаторские по результатам метаанализа публикаций, основанных на данных, полученных онлайн, в журналах Американской психологической ассоциации за 2003-2004 г.г..

Тема 2. Изучение аудитории Интернета

Интернет-аудитория как объект исследования: развитие инфраструктуры мирового Интернета; динамика роста интернет-аудитории в мире и в Беларуси; количественные показатели использования Интернета в различных странах. Источники получения данных об аудитории Интернета: статистические сборники, опросы населения. Данные об интернет-аудитории как основа построения выборочных совокупностей онлайн-исследований.

Тема 3. Метод опроса в онлайн-исследованиях

Метод опроса как основной метод получения информации в социальных науках. Особенности, преимущества и недостатки онлайн-опросов. Платные и бесплатные инструменты проведения онлайн-опросов. Онлайн-панели для проведения опросов: основные принципы работы с респондентами и с заказчиками исследований. Использование бесплатных Google Forms для проведения онлайн-опросов. Проблемы выборки и достоверности результатов при проведении онлайн-опросов.

Тема 4. Мониторинг традиционных печатных СМИ в Интернете

Мониторинг СМИ как инструмент получения данных об интерактивных бизнес-проектах, политической деятельности, освещения социальных проблем в Интернете. Формирование базы данных публикаций по теме исследования: ручной поиск с использованием специального логического языка запросов; автоматический поиск по базам данных СМИ.

Преимущества и проблемы ручного и автоматического поиска публикаций СМИ. Методология анализа полученной базы текстовых материалов. Оптимизация представления результатов мониторинга.

Тема 5. Введение в веб-аналитику

Понятие веб-аналитики. Цели и задачи веб-аналитики. Google Analytics и Яндекс.Метрика как основные инструменты веб-аналитики. Данные, предоставляемые посредством веб-аналитики. Данные об аудитории: динамика количества пользователей, когортный анализ, социально-демографические показатели. Данные об источниках трафика: типы источников, анализ рекламного трафика. Данные о пользовательском поведении: построение карты поведения пользователей, анализ контента. Настройка отслеживания событий в Google Tag Manager, настройка целей.

Тема 6. Большие данные: основные характеристики и направления исследований

Определение больших данных. История возникновения и динамика использования больших данных в бизнесе. Различия и сходство больших данных и традиционных данных. Источники больших данных и их ценность. Возможности сбора и анализа больших данных. Перспективы использования больших данных в социальных и бизнес-процессах современного общества. Понятие BI-систем. Технология OLAP как способ аналитической обработки в реальном времени. Возможности BI-систем при анализе данных онлайн исследований. Примеры применения BI-систем в коммерческой и исследовательской среде. Обзор существующих решений: Power BI, Tableau, Google Data Studio.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения образования с применением дистанционных образовательных технологий

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСП	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Онлайн-исследования на современном этапе развития Интернета. Основные направления онлайн-исследований	4						Обсуждение
2	Изучение аудитории Интернета	2		2 (2 ДО)				Самостоятельная работа на образовательной платформе LMS Moodle Работа с инструментами анализа аудитории Интернета
3	Метод опроса в онлайн-исследованиях	2		2 (2 ДО)			3	УСП – Подготовка онлайн-анкеты ДО – практические задания по опросным методикам на образовательной платформе LMS Moodle
4	Мониторинг традиционных печатных СМИ в Интернете	2		2 (ДО)				Работа с инструментами анализа СМИ в Интернете на образовательном портале LMS Moodle

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
5	Введение в веб-аналитику	4		2 (2 ДО)			3	УСР – Подготовка аналитического отчета с применением инструментов веб-аналитики ДО – выполнение практических заданий по веб-аналитике на образовательном портале LMS Moodle
6	Большие данные: основные характеристики и направления исследований	2						Обсуждение

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Онлайн исследования в России 2.0 / Под редакцией Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. М.: РИЦ «СевероВосток», 2010. – 336 с.
2. Девятко И. Ф. Инструментарий онлайн-исследования: попытка каталогизации // Онлайн исследования в России 3.0 Под редакцией Шашкина А. В., Девятко И. Ф., Давыдова С. Г. — М.: Издательский дом «Кодекс», 2012. — 420 с.
3. Гаврилов К.А., Девятко И.Ф., Рождественская Е.Ю., и др. Онлайн-исследования в России: тенденции и перспективы / Под редакцией Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. – Москва: Издательство МИК, 2016. – 555 с.

Перечень дополнительной литературы

1. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитонов. — Екатеринбург: У-Фактория (при участии Гуманитарного ун-та), 2004. — 328 с.
2. Райхман И., Практика медиа измерений: аудит, отчетность, оценка эффективности PR / И. Райхман. — М. : АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2013. – 432 с.
3. Онлайн исследования в России: тенденции и перспективы / Под редакцией Шашкина А. В. и Поздняковой М. Е. — М.: Изд-во Института социологии РАН, 2006. – 172 с.
4. Новые медиа: социальная теория и методология исследований / Ред., сост. О. Сергеева, О. Терещенко. СПб.: Алейтея, 2015. – 264 с.
5. Полухина Е. В. Онлайн-наблюдение как метод сбора данных // ИНТЕР, 2014. Том. 1. № 7. С. 95-106.
6. Стребков Д. Познавательные возможности онлайн опросов в российской исследовательской практике (на примере опроса интернет-фрилансеров) // Социология: 4 М. 2009. № 31. С. 135–161.
8. Мавлетова А. М. Борьба за качество и надежность данных в онлайн исследованиях: основные результаты панельной конференции CASRO 2009 г. // Онлайн исследования в России 2.0 / под ред. А. В. Шашкина, И. Ф. Девятко, С. Г. Давыдова. М. : РИЦ «Северо-Восток», 2010. С. 43—61.
9. Клифтон Б. Google Analytics для профессионалов, 3-е издание. / Б. Клифтон — М.: «Диалектика», 2012. — 608 с.
10. Кошик А. Веб-аналитика 2.0 на практике. Тонкости и лучшие методики / А. Кошик — М.: «Диалектика», 2011. — 528 с.
11. Ледфорд Дж., Тайлер М.. Google Analytics 2.0: анализ веб-сайтов / Дж. Ледфорд — М.: «Диалектика», 2008. — 368 с..
12. Яковлев А.А. Довжиков А.А. Веб-аналитика: основы, секреты, трюки. / А.А. Яковлев — СПб.: БХВ-Петербург, 2009. — 272 с.

13. Майер-Шенбергер, В. Большие данные. Революция, которая изменит то, как мы живем, работаем и мыслим. / В. Майер-Шенбергер – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.

14. Фрэнкс Б. Укрощение больших данных. Как извлекать знания из массивов информации с помощью глубокой аналитики. / Б. Фрэнкс – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014

Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой оценки

Оценка за ответы на лекциях (опрос) и семинарских (практических) занятиях может включать в себя полноту ответа, наличие аргументов, примеров из практики и т.д.

Оценка проекта может включать актуальность исследуемой проблемы, корректность используемых методов исследования, привлечение знаний из различных областей, организация работы группы, практикоориентированность полученных результатов.

Формой текущей аттестации по дисциплине «Онлайн-исследования» учебным планом предусмотрен зачет.

При формировании итоговой оценки используется рейтинговая оценка знаний студента, дающая возможность проследить и оценить динамику процесса достижения целей обучения. Рейтинговая оценка предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации студентов по дисциплине.

Весовые коэффициенты, определяющие вклад текущего контроля знаний и текущей аттестации в рейтинговую оценку:

Формирование оценки за текущую успеваемость:

- выполнение семинарских заданий (ДО) – 25 %;
- выполнение УСР: Подготовка аналитического отчета с применением инструментов веб-аналитики, подготовка онлайн-анкеты – 50 %;
- Самостоятельная работа на образовательной платформе LMS Moodle – 25 %;

Рейтинговая оценка по дисциплине рассчитывается на основе оценки текущей успеваемости и экзаменационной оценки с учетом их весовых коэффициентов Вес оценка по текущей успеваемости составляет 50 %, экзаменационная оценка – 50 %.

Примерный перечень заданий для управляемой самостоятельной работы студентов

Тема 3. Подготовка и проведение самостоятельного учебного онлайн-опроса (3 часа)

Форма проведения: подготовка веб-форма опросника в Google Forms (forms.google.com), которая будет соответствовать следующим критериям:

Заказчик — преподаватель курса "Онлайн-исследования".

Цель — предварительная оценка уровня знаний группы магистров

Задачи:

- Оценка образовательного опыта магистрантов (количественная и качественная)
- Оценка рабочего опыта магистрантов
- Выявление профессиональных интересов магистрантов
- Определение социально-демографического профиля студентов

При разработке нужно руководствоваться стандартной схемой "воронки", а также учитывать использование вопросов фильтров; реализовать нелинейность анкеты, когда дальнейшие выводимые вопросы будут зависеть от предыдущих ответов респондента.

Тема 5. Пользовательское поведение в Google Analytics (3 часа)

Форма проведения: подготовить отчет о пользовательском поведении на сайте Google Merchandise Store при помощи Google Analytics.

Последовательность действий

1. Создать новый аккаунт в Google Analytics:
<https://analytics.google.com>.
2. Получить доступ к демо-представлению Google Merchandise Store:
<https://analytics.google.com/analytics/web/demoAccount>
3. Подготовить небольшую (от 5 до 10 слайдов) презентацию о пользовательском поведении на сайте Google Merchandise Store

Структура отчета:

- Обзор динамики и качества трафика (данные из раздела «Аудитория», подразделы «Обзор», «Активные пользователи», «Когортный анализ»);
- Анализ источников трафика (данные из раздела «Источники трафика»);
- Анализ событий на сайте (данные из разделов «Поведение» и «Конверсии»);
- Анализ аудитории сайта (данные из раздела «Аудитория», подразделы «Интересы», «Демография», «География»).

Примерная тематика семинарских (практических, лабораторных) занятий

Семинар 1. Изучение аудитории Интернета (2 часа)

Форма проведения: обсуждение, написание контрольной работы по пройденным темам.

1. Изучение аудитории Интернета как особый вид исследования
2. Источники информации об аудитории Интернета
3. Текущие данные об аудитории Интернета в мире, в России и в Беларуси.

Литература:

1. Гаврилов К.А., Девятко И.Ф., Рождественская Е.Ю., и др. Онлайн-исследования в России: тенденции и перспективы / Под редакцией Шашкина А.В., Девятко И.Ф., Давыдова С.Г. – Москва: Издательство МИК, 2016. – 555

2. Социология Интернета: методика и практика исследований интернет-аудитории. Учебное пособие. — СПб.: Ф-т филологии и искусств СПбГУ, 2007. — 130 с.

3. Залесский П. Измерение российской интернет-аудитории методом личных опросов: Тезисы выступления на конференции «Интернет-медиа XXI века» (3 марта 2000 г., Москва) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.comcon2.com/Publication/web-vektor_3.htm

4. Залесский П. Интернет-аудитория России: Штрихи к портрету // Инфо-бизнес. 2000. № 40 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.comcon2.com/main.asp?pgNav=public&pgTitle=pub001222>

Семинар 2. Метод опроса в онлайн-исследованиях (2 часа)

Форма проведения: обсуждение, индивидуальная работа по подготовке учебного опроса по заданной тематике

1. Сравнительные характеристики оффлайн и онлайн-опросов.
2. Требования к инструментарию при проведении онлайн-опросов.
3. Использование бесплатных и платных сервисов для проведения онлайн-опросов.
4. Примеры применения онлайн-опросов в практических исследованиях
5. Подготовка и проведение самостоятельного учебного онлайн-опроса (по материалам УСР №1)

Литература:

1. Полухина Е. В. Онлайн-наблюдение как метод сбора данных // ИНТЕР, 2014. Том. 1. № 7. С. 95-106.
2. Стребков Д. Познавательные возможности онлайн опросов в российской исследовательской практике (на примере опроса интернет-фрилансеров) // Социология: 4 М. 2009. № 31. С. 135–161.
3. Девятко И. Ф. Инструментарий онлайн-исследований : попытка каталогизации // Онлайн-исследования в России 3.0 / под ред. А. В. Шашкина, И. Ф. Девятко, С. Г. Давыдова. М. : Типография КЕМ, 2012.
4. Мавлетова А. М. Борьба за качество и надежность данных в онлайн исследованиях: основные результаты панельной конференции CASRO 2009 г. // Онлайн исследования в России 2.0 / под ред. А. В. Шашкина, И. Ф. Девятко, С. Г. Давыдова. М. : РИЦ «Северо-Восток», 2010. С. 43—61.

Семинар 3. Введение в веб-аналитику (2 часа)

Форма проведения: выполнение практических заданий по работе с инструментами веб-аналитики.

1. Ознакомление с инструментарием Google Analytics и Яндекс.Метрики
2. Анализ аудитории в Google Analytics
3. Анализ источников трафика в Google Analytics
4. Знакомство с вспомогательными инструментами веб-аналитики: Google Tag Manager, Google Optimize
5. Пользовательское поведение в Google Analytics (по материалам УСР №2)

Литература:

1. Клифтон Б. Google Analytics для профессионалов, 3-е издание. / Б. Клифтон — М.: «Диалектика», 2012. — 608 с.
2. Кошик А. Веб-аналитика 2.0 на практике. Тонкости и лучшие методики / А. Кошик — М.: «Диалектика», 2011. — 528 с.
3. Ледфорд Дж., Тайлер М.. Google Analytics 2.0: анализ веб-сайтов / Дж. Ледфорд — М.: «Диалектика», 2008. — 368 с.
4. Яковлев А.А. Довжиков А.А. Веб-аналитика: основы, секреты, трюки. / А.А. Яковлев — СПб.: БХВ-Петербург, 2009. — 272 с.

Семинарские занятия – дистанционная форма

№	Виды практических заданий	Формы контроля знаний	Обеспечение на образовательном портале
1	Работа с инструментами анализа аудитории (к теме: Изучение аудитории интернета)	Самостоятельная работа	Инструкции, тренажеры
2	Практические задания проектного формата по опросным методикам (к теме: Метод опроса в онлайн-исследованиях)	Защита проекта (онлайн-анкеты)	Инструкции по подготовке онлайн-анкеты, видеоматериалы по реализации различных опросных механик
3	Практические задания по мониторингу СМИ в Интернете (к теме: Мониторинг традиционных печатных СМИ в Интернете)	Проверочная работа	Видеоинструкции по реализации мониторинга СМИ, тестовые задания
4	Практические задания проектного формата по веб-аналитике (к теме: Введение в веб-аналитику)	Защита проекта (аналитическая записка по итогам работы с инструментами веб-аналитики)	Видеоинструкции

Описание инновационных подходов и методов к преподаванию учебной дисциплины (эвристический, проективный, практико-ориентированный)

Также при организации образовательного процесса *используется метод проектного обучения*, который предполагает:

- способ организации учебной деятельности студентов, развивающий актуальные для учебной и профессиональной деятельности навыки планирования, самоорганизации, сотрудничества и предполагающий создание собственного продукта;
- приобретение навыков для решения исследовательских, творческих, социальных, предпринимательских и коммуникационных задач.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

При изучении учебной дисциплины рекомендуется использовать следующие формы самостоятельной работы: – поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников по индивидуально заданной проблеме курса; – выполнение домашнего задания; – работы, предусматривающие решение задач и выполнение упражнений, выдаваемых на практических занятиях; – изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку; – подготовка к практическим семинарским занятиям; – подготовка к экзамену; – научно-исследовательские работы; – анализ статистических и фактических материалов по заданной теме, проведение расчетов, составление схем и моделей на основе статистических материалов; – подготовка и написание рефератов, докладов, эссе и презентаций на заданные темы; – подготовка к участию в конференциях и конкурсах.

Примерный перечень вопросов к экзамену/зачету

1. Роль Интернета в жизни современного человека. Основные тренды развития Интернета: информатизация, сетевое сообщество, виртуализация, геймификация.
2. Использование технических возможностей Интернета как инструмент получения первичных данных: целесообразность, примеры использования.
3. Понятие онлайн-исследования. Основные направления онлайн-исследований.
4. Междисциплинарная природа онлайн исследований: социологическая, психологическая, лингвистическая составляющие.
5. Преимущества и проблемы проведения онлайн-исследований.
6. Классификация интернет-исследований (Л. Скитка и Э. Саргис).
7. Качественные и количественные исследования в онлайн-среде.
8. Этические проблемы проведения онлайн-исследований.
9. Интернет-аудитория как объект исследования.
10. Цели исследования аудитории в Интернете и аудитории интернет-проектов.
11. Источники получения данных об аудитории Интернета.
12. Аналитика аудитории социальных сетей и новых медиа: особенности и способы применения.
13. Данные об интернет-аудитории как основа построения выборочных совокупностей онлайн-исследований.
14. Онлайн-опросы: история направления и способы организации.
15. Особенности, преимущества и недостатки онлайн-опросов.
16. Инструменты по проведению онлайн-опросов.
17. Онлайн-анкета: процедура составления, отличия от анкеты в традиционном опросе

18. Проблемы формирования выборки и достоверности результатов при проведении онлайн-опросов.
19. Онлайн-панели для проведения опросов: основные принципы работы с респондентами и с заказчиками исследований
20. Мониторинг СМИ как инструмент получения исследовательских данных.
21. Методы формирования базы данных публикаций по теме исследования
22. Преимущества и проблемы ручного и автоматического поиска публикаций СМИ.
23. Методология анализа полученной базы текстовых материалов. Оптимизация представления результатов мониторинга.
24. Оценка охвата публикаций в онлайн-СМИ: основные показатели и способы их расчета.
25. Веб-аналитика как направление онлайн-исследований.
26. Цели и задачи веб-аналитики.
27. Данные, предоставляемые посредством веб-аналитики.
28. Данные об аудитории сайта в рамках инструментов веб-аналитики (Google Analytics, Яндекс.Метрика).
29. Данные об источниках трафика сайта (Google Analytics, Яндекс.Метрика).
30. Данные о пользовательском поведении на сайте (Google Analytics, Яндекс.Метрика).
31. Отслеживание событий на сайте посредством Google Tag Manager: типы событий, процедура отслеживания.
32. А/В-тестирование сайтов как вид онлайн-исследования: особенности проведения, инструменты для осуществления.
33. BI-системы как способ визуализации данных онлайн-исследований: определение, принцип действия.
34. Возможности BI-систем при анализе данных онлайн исследований.
35. Примеры применения BI-систем в коммерческой и исследовательской среде.
36. Определение больших данных. Использование больших данных в рамках социальных исследований.
37. Перспективы применения больших данных в социальных и бизнес-процессах современного общества.
38. Возможности применения языков программирования при проведении онлайн-исследований. Понятие API интернет-проектов.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
1. Социальная аналитика и методология качественных исследований	Кафедра социальной коммуникации		
2. Мониторинг социальных медиа	Кафедра социальной коммуникации		

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ ПО
ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (протокол № ____ от _____ 201_ г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
