


МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»

Институт гуманитарных и социальных наук
Кафедра социологии и политологии

Утверждено на заседании кафедры
социологии и политологии
«20» января 2023 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой


_____ И.А. Батанина

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
«Мастер-класс «SMM-продвижение»**

**основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата**

по направлению подготовки
42.03.05 Медиакоммуникации

с направленностью (профилем)
Технологии медиа

Форма(ы) обучения: очная

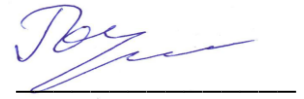
Идентификационный номер образовательной программы: 420305-01-23

Тула 2023 год

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
рабочей программы дисциплины (модуля)

Разработчик(и):

Гоголева Е.Н., доц. кафедры СиП, канд. социол. наук



1 Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины (модуля) является освоение теоретических подходов и практических навыков управления маркетингом в социальных сетях, используя современные технологии в конкурентной стратегии организации.

Задачами освоения дисциплины (модуля) являются:

- усвоение современных моделей развития и функционирования социальных медиа; получение опыта применения инструментов планирования и оценки маркетинга в социальных медиа;
- анализ российской практики маркетинга в социальных медиа;
- адаптация современных зарубежных практик маркетинга в социальных медиа для российских условий.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре основной профессиональной образовательной программы

Дисциплина (модуль) относится к части основной профессиональной образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений.

Дисциплина (модуль) изучается в 5 семестре.

3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю)

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы (формируемыми компетенциями) и индикаторами их достижения, установленными в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы, приведён ниже.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

1) понятийно-категориальный аппарат методологических подходов к SMM, основные методики оценки SMM-кампаний, а также элементы и инструменты веб-аналитики в сфере SMM; технологии привлечение аудитории в SMM; место и значение SMM в интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаниях (код компетенции – ПК-5, код индикатора – ПК-5.1);

Уметь:

1) организовать участие аудитории в производстве медиaproдукции, обмене медиаконтентом, используя, в том числе интерактивные сетевые обмены; планировать и реализовывать SMM-кампании с применением мультимедийных и интерактивных средств (код компетенции – ПК-5, код индикатора – ПК-5.2);

Владеть:

1) навыками планирования и создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства; навыками организа-

ции участия аудитории в производстве медиапродукции в SMM; опытом оценки и управления SMM в интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаниях. (код компетенции – ПК-5, код индикатора – ПК-5.3).

Полные наименования компетенций и индикаторов их достижения представлены в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

4 Объем и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Объем дисциплины (модуля), объем контактной и самостоятельной работы обучающегося при освоении дисциплины (модуля), формы промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Номер семестра	Формы промежуточной аттестации	Общий объем в зачетных единицах	Общий объем в академических часах	Объем контактной работы в академических часах						Объем самостоятельной работы в академических часах
				Лекционные занятия	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные работы	Клинические практические занятия	Консультации	Промежуточная аттестация	
Очная форма обучения										
5	КР,Э	4	144	16	32	–	–	3	0,5	92,5
Итого	–	4	144	16	32	–	–	3	0,5	92,5

Условные сокращения: Э – экзамен, ЗЧ – зачет, ДЗ – дифференцированный зачет (зачет с оценкой), КП – защита курсового проекта, КР – защита курсовой работы.

4.2 Содержание лекционных занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Темы лекционных занятий
5 семестр	
1	Социальные медиа в условиях цифровой трансформации общества.
2	Составление стратегии работы в социальных сетях.
3	Составление плана публикаций .
4	Контент для социальных сетей: создание и оформление.
5	Онлайн-взаимодействие с аудиторией.
6	Оценка эффективности онлайн-коммуникации бизнесного субъекта

4.3 Содержание практических (семинарских) занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Темы практических (семинарских) занятий
5 семестр	

№ п/п	Темы практических (семинарских) занятий
1	Место и значение диджитал как современного комплекса технологий в системе маркетинговых коммуникаций
2	Социальные медиа в условиях цифровой трансформации общества.
3	Основные принципы работы в социальном медиа маркетинге.
4	Области использования социального медиа маркетинга
5	Составление стратегии работы в социальных сетях.
6	Составление плана публикаций в социальных сетях
7	Контент для социальных сетей: создание и оформление.
8	Онлайн-взаимодействие с аудиторией.
9	Оценка эффективности онлайн-коммуникации базисного субъекта
10	Глобальные проблемы современности и реклама в социальных медиа

4.4 Содержание лабораторных работ

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой.

4.5 Содержание клинических практических занятий

Занятия указанного типа не предусмотрены основной профессиональной образовательной программой.

4.6 Содержание самостоятельной работы обучающегося

Очная форма обучения

№ п/п	Виды и формы самостоятельной работы
5 семестр	
1	Подготовка к семинарским и практическим (семинарским) занятиям
2	Выполнение творческих заданий по темам практических (семинарских) занятий
3	Подготовка к участию в деловых играх, дискуссиях, других активных формах занятий
4	Выполнение курсовой работы
5	Подготовка к промежуточной аттестации и ее прохождение

5 Система формирования оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося

Очная форма обучения

Мероприятия текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося		Максимальное количество баллов	
5 семестр			
Текущий контроль успеваемости	Первый рубежный контроль	Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:	
		Посещение лекционных занятий	6
		Работа на практических занятиях	12
		Подготовка устных сообщений и проектов	12
		Итого	30

Мероприятия текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающегося			Максимальное количество баллов
	Второй рубежный контроль	Оцениваемая учебная деятельность обучающегося:	
		Посещение лекционных занятий	6
		Работа на практических занятиях	12
		Подготовка устных сообщений и проектов	12
		Итого	30
Промежуточная аттестация	Экзамен		40 (100*)
	Защита курсовой работы		100

* В случае отказа обучающегося от результатов рубежного контроля

Шкала соответствия оценок в стобалльной и академической системах оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Система оценивания результатов обучения	Оценки			
	0 – 39	40 – 60	61 – 80	81 – 100
Стобалльная система оценивания				
Академическая система оценивания (экзамен, дифференцированный зачет, защита курсового проекта, защита курсовой работы)	Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
Академическая система оценивания (зачет)	Не зачтено	Зачтено		

6 Описание материально-технической базы (включая оборудование и технические средства обучения), необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) требуется учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, оборудованная доской для написания мелом, а также ноутбуком, проектором, настенным экраном; учебная аудитория для практических и лабораторных занятий, оборудованная флипчартом, маркерной доской, компьютерами с установленными офисными программами, содержащими текстовые редакторы, электронные таблицы, средства создания презентаций и т.д.

7 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. SMM и SEO-технологии : учебное пособие / Ю. П. Беленькая, А. Ю. Бережнов, А. С. Новикова, П. И. Срыбная. SMM и SEO-технологии, Весь срок охраны авторского права. Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. 62 с. ISBN 2227-8397.

2. 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, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958>.

7.2 Дополнительная литература

1. Епифанова, А. Г. Продвижение дизайн-продукта в социальных сетях : учебное пособие / А. Г. Епифанова. Продвижение дизайн-продукта в социальных сетях, 2032-10-19. Челябинск: Южно-Уральский технологический университет, 2022. 237 с. ISBN 978-5-6047814-6-3.
2. Давлетшина Я.М., Хафизова С.А., Сазонова А.В., Хан Д.Д. SMM как инструмент продвижения образовательных услуг// Скиф. 2021. №6 (58). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/smm-kak-instrument-prodvizheniya-obrazovatelnyh-uslug>.
3. Музыкант, Валерий Леонидович. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. 2-е изд., испр. и доп. Москва : Юрайт, 2023. 507 с. (Высшее образование) . ISBN 978-5-534-14314-0 : 1949.00.
4. Узакбаева Р.Б. SMM: анализ практики использования российскими компаниями // Вестник науки и творчества. 2021. №5 (65). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/smm-analiz-praktiki-ispolzovaniya-rossiyskimi-kompaniyami>.
5. Чистяков М. С., Золкин А. Л. Продвижение образовательных услуг через социальные сети : Монография / Чистяков М. С., Золкин А. Л. Москва : Русайнс, 2022. 78 с. ISBN 978-5-466-01663-5.

8 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Федеральный портал «Российской образование» - <http://www.edu.ru/>- Загл. с экрана
2. Научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru.>- Загл. с экрана
3. Электронный научный журнал «Медиаскоп» - <http://www.mediascope.ru/>- Загл. с экрана
4. Российская ассоциация связей с общественностью - <https://raso.ru/>- Загл. с экрана
5. ВЦИОМ - <https://wciom.ru/>- Загл. с экрана
6. Федеральное собрание Российской Федерации Государственная Дума - <http://www.duma.gov.ru/> - Загл. с экрана
7. Общественная палата Российской Федерации - <http://www.oprf.ru/> - Загл. с экрана
8. Сайт Президента России - <http://www.kremlin.ru/> - Загл. с экрана
9. Совет Федерации Федерального собрания Российской Федерации - <http://www.council.gov.ru/> - Загл. с экрана
10. НЭБ КиберЛенинка научная электронная библиотека открытого доступа, режим доступа <http://cyberleninka.ru/> - Загл. с экрана
11. Международный пресс-клуб: библиотека. - https://pr-club.com/pr_lib/- Загл. с экрана
12. Психологическая библиотека <https://www.psychology.ru/library/> - Загл. с экрана
13. Российская государственная библиотека - <http://www.rsl.ru> - Загл. с экрана
14. Российская национальная библиотека - <http://www.nlr.ru> - Загл. с экрана
15. Союз журналистов России - <http://www.ruj.ru> - Загл. с экрана
16. Журнал «Журналист» - <http://www.journalist-virt.ru/>- Загл. с экрана.

9 Перечень информационных технологий, необходимых для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

9.1 Перечень необходимого ежегодно обновляемого лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

1. Текстовый редактор Microsoft Word;
2. Программа для работы с электронными таблицами Microsoft Excel;
3. Программа подготовки презентаций Microsoft PowerPoint;
4. Пакет офисных приложений «МойОфис»

9.2 Перечень необходимых современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Справочная правовая система «КонсультантПлюс».