

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования «Вятский государственный университет»
(ВятГУ)
г. Киров

Утверждаю
Директор/Декан Игошина Ю. В.



Номер регистрации
РПД_3-42.03.01.03_2018_125490
Актуализировано: 29.05.2021

Рабочая программа дисциплины
Продвижение в социальных сетях

	наименование дисциплины
Квалификация выпускника	Бакалавр
Направление подготовки	42.03.01
	шифр
	Реклама и связи с общественностью
	наименование
Направленность (профиль)	3-42.03.01.03
	шифр
	Интегрированные коммуникации
	наименование
Формы обучения	Заочная, Очная
	наименование
Кафедра-разработчик	Кафедра журналистики и интегрированных коммуникаций (ОРУ)
	наименование
Выпускающая кафедра	Кафедра журналистики и интегрированных коммуникаций (ОРУ)
	наименование

Киров, 2018 г.

Сведения о разработчиках рабочей программы дисциплины

Леготина Елена Андреевна

ФИО

Динер Елена Васильевна

ФИО

Игошина Юлия Викторовна

ФИО

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины	сформировать у студентов теоретические знания и практические навыки продвижения в социальных сетях, умение применять полученные знания и навыки в профессиональной деятельности.
Задачи дисциплины	сформировать у студентов навыки использования современного инструментария при работе с социальными сетями, в частности, используемого для размещения контента; развить навыки анализа ключевых показателей эффективности и мониторинга; сформировать теоретические и практические знания, необходимые для осуществления мер, связанных с рыночными отношениями в соцсетях; развить интерес к исследованию рыночных процессов в соцсетях; стимулировать творческий подход к работе в области продвижения в соцсетях

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенция ПК-2

Способен обладать базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга		
Знает	Умеет	Владеет
Должен знать принципы и правила создания текстов в сфере рекламы и связей с общественностью	Должен уметь применять в практической деятельности знания креативных технологий и копирайтинга	Должен владеть навыками создания и редактирования рекламных и PR-текстов

Компетенция ПК-3

Способен принимать участие в планировании, подготовке, проведении и оценке эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий		
Знает	Умеет	Владеет
современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	использовать в профессиональной деятельности современные технические средства, информационно-коммуникационные технологии, методы работы по наполнению и продвижению коммуникационных ресурсов в интернете	навыками работы по наполнению и продвижению коммуникационных ресурсов в интернете (сайт, новостные ленты, социальные сети и т.д.)

Компетенция ПК-4

Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации		
Знает	Умеет	Владеет

Должен знать элементы коммуникационной инфраструктуры организации, принципы обеспечения внутренних и внешних коммуникации	Должен уметь участвовать под контролем в обеспечении внутренних и внешних коммуникаций организации	Должен владеть навыками участия в мероприятиях по созданию коммуникационной инфраструктуры организации
---	--	--

Структура дисциплины
Тематический план

№ п/п	Наименование разделов дисциплины	Шифр формируемых компетенций
1	Социальные сети как пространство для продвижения	ПК-2
2	Особенности мобильного сегмента. Технология продаж в социальных сетях	ПК-3, ПК-4
3	Подготовка и прохождение промежуточной аттестации	ПК-2, ПК-3, ПК-4

Формы промежуточной аттестации

Зачет	Не предусмотрен (Очная форма обучения)
Экзамен	7 семестр (Очная форма обучения)
Курсовая работа	Не предусмотрена (Очная форма обучения)
Курсовой проект	Не предусмотрена (Очная форма обучения)

Трудоемкость дисциплины

Форма обучения	Курсы	Семестры	Общий объем (трудоемкость)		Контактная работа, час	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час				Самостоятельная работа, час	Курсовая работа (проект), семестр	Зачет, семестр	Экзамен, семестр
			Часов	ЗЕТ		Всего	Лекции	Семинарские, практические занятия	Лабораторные занятия				
Очная форма обучения	4	7	144	4	76	42	14	28	0	68			7

Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Социальные сети как пространство для продвижения»		53.00
Лекции		
Л1.1	Особенности и отличия платформ (VK,OK,FB,Instagram,Snapchat,WeChatит.д.)	2.00
Л1.2	Особенности видеосегмента в социальных медиа (YouTube).	2.00
Л1.3	Нативные механизмы платформ и сторонние решения по продвижению.	2.00
Л1.4	Структура участников рынка (операторы,«сторы», производители приложений). Механизмы формирования мобильной аудитории.	1.00
Л1.5	Принципы работы«отзовиков».Определение KPI, интерпретация результатов	1.00
Л1.6	Аналитика мобильной воронки продаж.	2.00
Семинары, практические занятия		
П1.1	Создание и продвижение мобильных решений.	4.00
П1.2	Принципы монетизации приложений	2.00
П1.3	Основы функционирования мессенджеров Telegram, WhatsApp, Viber.	4.00
П1.4	Использование каналов/ботов в продвижении.	2.00
Самостоятельная работа		
С1.1	Особенности социальных медиа в мобильной среде.	5.00
С1.2	Видео в мобильном сегменте.	5.00
С1.3	Определение KPI, интерпретация результатов	5.00
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	16.00
Раздел 2 «Особенности мобильного сегмента. Технология продаж в социальных сетях»		64.00
Лекции		
Л2.1	Рынок продавцов. Лица, принимающие решения на стороне клиента и агентства	1.00
Л2.2	Создание видеоконтента для продвижения в соцсетях	1.00
Л2.3	Создание презентаций по продаже интернет-услуг	1.00
Л2.4	Психология продаж. Психотипы личности клиента	1.00
Семинары, практические занятия		
П2.1	Мониторинг интернета (поисковыеинструменты).Профессиональные запросы (язык,операторы).	4.00
П2.2	Типы видеоконтента	2.00
П2.3	Продажа/покупка видеоконтента.ТВ интернет(особенности и отличия)	2.00

П2.4	Геймификация коммуникаций.Реклама в играх.PR в играх.	2.00
П2.5	Бренд-решение проблем пользователя	2.00
П2.6	Использование контента пользователей имедиа в бренд-целях, креативное использование лидеров мнений	2.00
П2.7	Оценка примеров продвижения в соцсетях	2.00
Самостоятельная работа		
С2.1	Анализ поисковых инструментов	5.00
С2.2	Анализ аудитории соцсетей	5.00
С2.3	Создание видеоконтента	5.00
С2.4	Составление плана создание бренда в соцсетях	3.50
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	15.50
Курсовые работы, проекты		
К2.1	Написание курсового проекта	10.00
Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		27.00
ЭЗ.1	Подготовка к сдаче экзамена	24.50
КВР3.2	Консультация перед экзаменом	2.00
КВР3.1	Сдача экзамена	0.50
ИТОГО		144.00

Заочная форма обучения

Код занятия	Наименование тем занятий	Трудоемкость, академических часов
Раздел 1 «Социальные сети как пространство для продвижения»		
Лекции		
Л1.1	Особенности и отличия платформ (VK,OK,FB,Instagram,Snapchat,WeChatит.д.)	
Л1.2	Особенности видеосегмента в социальных медиа (YouTube).	
Л1.3	Нативные механизмы платформ и сторонние решения по продвижению.	
Л1.4	Структура участников рынка (операторы,«сторы», производители приложений). Механизмы формирования мобильной аудитории.	
Л1.5	Принципы работы«отзовиков».Определение KPI, интерпретация результатов	
Л1.6	Аналитика мобильной воронки продаж.	
Семинары, практические занятия		
П1.1	Создание и продвижение мобильных решений.	
П1.2	Принципы монетизации приложений	
П1.3	Основы функционирования мессенджеров Telegram, WhatsApp, Viber.	
П1.4	Использование каналов/ботов в продвижении.	

Самостоятельная работа		
C1.1	Особенности социальных медиа в мобильной среде.	
C1.2	Видео в мобильном сегменте.	
C1.3	Определение KPI, интерпретация результатов	
Контактная внеаудиторная работа		
КВР1.1	Контактная внеаудиторная работа	
Раздел 2 «Особенности мобильного сегмента. Технология продаж в социальных сетях»		
Лекции		
Л2.1	Рынок продавцов. Лица, принимающие решения на стороне клиента и агентства	
Л2.2	Создание видеоконтента для продвижения в соцсетях	
Л2.3	Создание презентаций по продаже интернет-услуг	
Л2.4	Психология продаж. Психотипы личности клиента	
Семинары, практические занятия		
П2.1	Мониторинг интернета (поисковые инструменты). Профессиональные запросы (язык, операторы).	
П2.2	Типы видеоконтента	
П2.3	Продажа/покупка видеоконтента. ТВ и интернет (особенности и отличия)	
П2.4	Геймификация коммуникаций. Реклама в играх. PR в играх.	
П2.5	Бренд-решение проблем пользователя	
П2.6	Использование контента пользователей имедиа в бренд-целях, креативное использование лидеров мнений	
П2.7	Оценка примеров продвижения в соцсетях	
Самостоятельная работа		
C2.1	Анализ поисковых инструментов	
C2.2	Анализ аудитории соцсетей	
C2.3	Создание видеоконтента	
C2.4	Составление плана создания бренда в соцсетях	
Контактная внеаудиторная работа		
КВР2.1	Контактная внеаудиторная работа	
Курсовые работы, проекты		
К2.1	Написание курсового проекта	
Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»		
ЭЗ.1	Подготовка к сдаче экзамена	
КВР3.2	Консультация перед экзаменом	
КВР3.1	Сдача экзамена	
ИТОГО		

Содержание дисциплины данной рабочей программы используется при обучении по индивидуальному учебному плану, при ускоренном обучении, при применении дистанционных образовательных технологий и электронном обучении (при наличии).

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции, семинарские, практические и лабораторные занятия (при их наличии), получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Тематика лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое устное изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов.

Предполагается, что обучающиеся приходят на лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендованным программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером перечитать и закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе с конспектом лекции необходимо отметить материал, который вызывает затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью семинарских занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе.

Целью практических и лабораторных занятий является формирование у обучающихся умений и навыков применения теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса.

Семинарские, практические и лабораторные занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Для успешного участия в семинарских, практических и лабораторных занятиях обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют обучающемуся возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения.

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение

задач, подготовка докладов, написание рефератов, публикация тезисов, научных статей, подготовка и защита курсовой работы / проекта и другие), которые ориентированы на глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины.

Обучающимся рекомендуется систематически отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки.

Внутренняя система оценки качества освоения дисциплины включает входной контроль уровня подготовленности обучающихся, текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию, направленную на оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ) при наличии).

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля, проводимого в течение освоения дисциплины.

Процедура оценивания результатов освоения дисциплины осуществляется на основе действующих локальных нормативных актов ФГБОУ ВО «Вятский государственный университет», с которыми обучающиеся знакомятся на официальном сайте университета www.vyatsu.ru.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, в том числе учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося по дисциплине

Учебная литература (основная)

б) Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ / Н. Ермолова. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 401 с. - ISBN 978-5-9614-4754-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279818/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

1) Суздалева, Г. Р. Инструменты продвижения товаров и услуг : учебное пособие / Г. Р. Суздалева, Е. А. Дробышева. - Пермь : ПНИПУ, 2012. - 216 с. - ISBN 978-5-398-00790-9 : Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/161136> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

5) Николаева, М. А. Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг / М. А. Николаева. - Екатеринбург : УрГПУ, 2017. - 166 с. - ISBN 978-5-7186-0867-0 : Б. ц. - URL: <https://e.lanbook.com/book/159004> (дата обращения: 15.05.2020). - Режим доступа: ЭБС Лань. - Текст : электронный.

2) Феофанов, Олег Александрович. Реклама и новые технологии в России : учеб. пособие для подготовки профессионалов в сфере рекламы / О.А. Феофанов. - СПб. : Питер, 2004. - 384 с. : ил. - (Маркетинг для профессионалов). - ISBN 5-272-00037-4 : 75.35 р. - Текст : непосредственный.

3) Годин, А. А. Интернет-реклама : учеб. пособие / А. А. Годин, А. М. Годин, В. М. Комаров. - 2-е изд. - М. : Дашков и К, 2012. - 168 с. - Библиогр.: с. 159-168. - ISBN 978-5-394-01485-7 : 121.00 р. - Текст : непосредственный.

4) Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова. - Москва|Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9729-0202-6 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493883/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

Учебная литература (дополнительная)

1) Опфер, С. В. Исследование моделей влияния в социальных сетях / С.В. Опфер. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 119 с. - ISBN 978-5-504-00016-9 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140944/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

2) Горева, Елена Александровна. PR в социальных сетях: фантазия или реальность? / Е. А. Горева, В. О. Черемисинова. - Б. ц.

3) Дождевых, Светлана Михайловна. Современные экологические интернет-сообщества (на примере социальной сети "Вконтакте") / С. М. Дождевых. - Б. ц.

8) Чхартишвили, А. Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства / А.Г. Чхартишвили, Д.А. Губанов, Д.А. Новиков. - Москва : Физматлит, 2010. - 228 с. : ил., табл., схем. - ISBN 978-594052-194-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=82767/> (дата обращения: 24.03.2020). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

4) Жуков, Е. Т. Маркетинговая политика продвижения продукции / Е.Т. Жуков. - Москва : Лаборатория книги, 2010. - 143 с. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=87342/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

5) Шацкий, П. С. Особенности рекламного продвижения товаров и услуг B2B / П.С. Шацкий. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 134 с. - ISBN 978-5-504-00032-9 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=141474/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

6) Талецкий, П. П. Методы партизанского маркетинга в рекламном продвижении товаров и услуг / П.П. Талецкий. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 90 с. - ISBN 978-5-504-00296-5 : Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140844/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

7) Матанцев, Александр Николаевич. 600 способов продвижения торговой марки / А. Н. Матанцев. - М. : Дело и Сервис, 2003. - 352 с. : ил. - Библиогр.: с. 350 - 351. - ISBN 5-8018-0208-8 : 881.96 р. - Текст : непосредственный.

Учебно-методические издания

1) Методические рекомендации по подготовке курсовых и дипломных работ по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью (бакалавриат)» / О. Ю. Гаврикова [и др.]. - Омск : Издательство СибГУФК, 2017. - 52 с. - Б. ц. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=483454/> (дата обращения: 03.03.2021). - Режим доступа: ЭБС Университетская библиотека ONLINE. - Текст : электронный.

Электронные образовательные ресурсы

1) Портал дистанционного обучения ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <http://mooc.do-kirov.ru/>

- 2) Раздел официального сайта ВятГУ, содержащий описание образовательной программы [электронный ресурс] / - Режим доступа: https://www.vyatsu.ru/php/programms/eduPrograms.php?Program_ID=3-42.03.01.03
- 3) Личный кабинет студента на официальном сайте ВятГУ [электронный ресурс] / - Режим доступа: <https://new.vyatsu.ru/account/>
- 4) Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы (ЭБС)

- ЭБС «Научная электронная библиотека eLIBRARY» (<http://elibrary.ru/defaultx.asp>)
- ЭБС «Издательства Лань» (<http://e.lanbook.com/>)
- ЭБС «Университетская библиотека online» (www.biblioclub.ru)
- Внутренняя электронно-библиотечная система ВятГУ (<http://lib.vyatsu.ru/>)
- ЭБС «ЮРАЙТ» (<https://urait.ru>)

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ГАРАНТ
- КонсультантПлюс
- Техэксперт: Нормы, правила, стандарты
- Роспатент (<https://www1.fips.ru/elektronnye-servisy/informatsionno-poiskovaya-sistema>)
- Web of Science® (<http://webofscience.com>)

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Демонстрационное оборудование

Перечень используемого оборудования
МОНОБЛОК SafeRay S222.Mi (БЕЛЫЙ)
МУЛЬТИМЕДИА ПРОЕКТОР CASIO XJ-A140V С ЭКРАНОМ НАСТЕННЫМ ПРОЕКТА ПРОФИ 180*180СМ, ШТАТИВОМ PROFFIX 63-100СМ И КАБЕЛЕМ VGA 15.2М
МУЛЬТИМЕДИА-ПРОЕКТОР Epson EMP-40W
НОУТБУК HP g6-1160er 15,6"/I3

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе лицензионное и свободно распространяемое ПО (включая ПО отечественного производства)

№ п.п	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO
2	Microsoft Office 365 ProPlusEdu ALNG SubsVL MVL AddOn toOPP	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами
3	Office Professional Plus 2016	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями
4	Windows Professional	Операционная система
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение
6	Справочная правовая система «Консультант Плюс»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
7	Электронный периодический справочник ГАРАНТ Аналитик	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.
9	МойОфис Стандартный	Набор приложений для работы с документами, почтой, календарями и контактами на компьютерах и веб браузерах

Обновленный список программного обеспечения данной рабочей программы находится по адресу:
https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=125490