

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\_2021\_125644  
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           | Очная   |
|                          | наименование  |
| Кафедра-разработчик      | Кафедра журналистики и интегрированных коммуникаций (ОРУ) |
|                          | наименование  |
| Выпускающая кафедра      | Кафедра журналистики и интегрированных коммуникаций (ОРУ) |
|                          | наименование  |

## 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;<br>развить навыки анализа ключевых показателей эффективности и мониторинга;<br>сформировать теоретические и практические знания, необходимые для осуществления мер, связанных с рыночными отношениями в соцсетях;<br>развить интерес к исследованию рыночных процессов в соцсетях;<br>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-1

| способен принимать участие в работе служб и отделов по рекламе и связям с общественностью, под контролем осуществлять деятельность по продвижению организаций, товаров и услуг, принимать участие в планировании, подготовке, проведении и оценке эффективности коммуникационных кампаний и мероприятий, создавать медиапродукты с учетом требований креативных технологий и копирайтинга |  |   |
|---|--|---|
| Знает   | Умеет  | Владеет   |
| основы рекламной деятельности, функционал специалиста по рекламе и связям с общественностью   | применять знания для осуществления функций по продвижению организаций, товаров и услуг | способностью выполнять задания в рамках функционала специалиста по рекламе и связям с общественностью |

#### Компетенция ПК-3

| способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, проводить работу по наполнению и продвижению коммуникационных ресурсов в интернете (сайт, новостные ленты, социальные сети и т.д.) |  |   |
|--|--|---|
| 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 | навыками работы по наполнению и продвижению коммуникационных ресурсов в интернете (сайт, новостные ленты, социальные сети и т.д.) |

|  |                      |  |
|--|----------------------|--|
|  | ресурсов в интернете |  |
|--|----------------------|--|

**Структура дисциплины**  
**Тематический план**

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

**Формы промежуточной аттестации**

|                 |   |
|-----------------|---|
| Зачет           | Не предусмотрен (Очная форма обучения)  |
| Экзамен         | 4 семестр (Очная форма обучения)        |
| Курсовая работа | Не предусмотрена (Очная форма обучения) |
| Курсовой проект | 4 семестр (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 | 2     | 4        | 144                        | 4   | 90.5                   | 66   | 32     | 34                                | 0                    | 53.5                        | 4                                 |                | 4                |

## Содержание дисциплины

### Очная форма обучения

| Код занятия   | Наименование тем занятий   | Трудоемкость, академических часов |
|---|--|-----------------------------------|
| <b>Раздел 1 «Социальные сети как пространство для продвижения»</b>                      |  | <b>55.00</b>                      |
| <b>Лекции</b>   |  |                                   |
| Л1.1  | Особенности и отличия платформ (VK, OK, FB, Instagram, Snapchat, WeChat и т.д.)  | 4.00                              |
| Л1.2  | Особенности видеосегмента в социальных медиа (YouTube).  | 4.00                              |
| 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. | 2.00                              |
| Л1.5  | Принципы работы «отзовиков». Определение KPI, интерпретация результатов  | 2.00                              |
| Л1.6  | Аналитика мобильной воронки продаж.  | 4.00                              |
| <b>Семинары, практические занятия</b>   |  |                                   |
| П1.1  | Создание и продвижение мобильных решений.  | 2.00                              |
| П1.2  | Принципы монетизации приложений  | 4.00                              |
| П1.3  | Основы функционирования мессенджеров Telegram, WhatsApp, Viber.  | 4.00                              |
| П1.4  | Использование каналов/ботов в продвижении.   | 2.00                              |
| <b>Самостоятельная работа</b>   |  |                                   |
| С1.1  | Особенности социальных медиа в мобильной среде.  | 2.00                              |
| С1.2  | Видео в мобильном сегменте.  | 2.00                              |
| С1.3  | Определение KPI, интерпретация результатов   | 1.00                              |
| <b>Контактная внеаудиторная работа</b>  |  |                                   |
| КВР1.1  | Контактная внеаудиторная работа  | 10.00                             |
| <b>Курсовые работы, проекты</b>   |  |                                   |
| К1.1  | Написание курсового проекта  | 10.00                             |
| <b>Раздел 2 «Особенности мобильного сегмента. Технология продаж в социальных сетях»</b> |  | <b>61.50</b>                      |
| <b>Лекции</b>   |  |                                   |
| Л2.1  | Рынок продавцов. Лица, принимающие решения на стороне клиента и агентства  | 4.00                              |
| Л2.2  | Создание видеоконтента для продвижения в соцсетях  | 4.00                              |
| Л2.3  | Создание презентаций по продаже интернет-услуг   | 2.00                              |
| Л2.4  | Психология продаж. Психотипы личности клиента  | 4.00                              |
| <b>Семинары, практические занятия</b>   |  |                                   |
| П2.1  | Мониторинг интернета (поисковые инструменты). Профессиональные запросы (язык, операторы).                              | 4.00                              |
| П2.2  | Типы видеоконтента   | 2.00                              |

|   |  |               |
|---|--|---------------|
| П2.3  | Продажа/покупка видеоконтента.ТВ и интернет(особенности и отличия)                                 | 6.00          |
| П2.4  | Геймификация коммуникаций.Реклама в играх.PR в играх.  | 4.00          |
| 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          |
| <b>Самостоятельная работа</b>                                       |  |               |
| С2.1  | Анализ поисковых инструментов  | 1.00          |
| С2.2  | Анализ аудитории соцсетей  | 1.00          |
| С2.3  | Создание видеоконтента   | 1.00          |
| С2.4  | Составление плана создание бренда в соцсетях   | 1.00          |
| <b>Контактная внеаудиторная работа</b>                              |  |               |
| КВР2.1  | Контактная внеаудиторная работа  | 11.50         |
| <b>Курсовые работы, проекты</b>                                     |  |               |
| К2.1  | Написание курсового проекта  | 10.00         |
| <b>Раздел 3 «Подготовка и прохождение промежуточной аттестации»</b> |  | <b>27.50</b>  |
| ЭЗ.1  | Подготовка к сдаче экзамена  | 24.50         |
| КВР3.1  | Защита курсовой работы (проекта)   | 0.50          |
| КВР3.3  | Консультация перед экзаменом   | 2.00          |
| КВР3.2  | Сдача экзамена   | 0.50          |
| <b>ИТОГО</b>  |  | <b>144.00</b> |

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](http://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](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](http://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=125644](https://www.vyatsu.ru/php/list_it/index.php?op_id=125644)