МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный технический университет»

Факультет экономики и управления

УТВЕРЖДЕНО
Факультет экономики и управления

Декан Волков С.К.
09.09.2021 г.

Маркетинг в социальных медиа

рабочая программа дисциплины (модуля, практики)

Закреплена за кафедрой **Менеджмент и финансы производственных систем**

Учебный план Направление 38.03.02 Менеджмент

Профиль **Маркетинг и рыночная аналитика**

Квалификация **бакалавр**

Срок обучения **4 года**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Виды контроля в семестрах: зачеты 8

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	**8(4.2)**		Итого	
	УП	ПП	УП	ПП
Лекции	16	16	16	16
Практические	48	48	48	48
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64.25	64.25	64.25	64.25
Сам. работа	79.75	79.75	79.75	79.75
Часы на контроль	0	0	0	0
Практическая подготовка	0	0	0	0
Итого трудоемкость в часах	144	144	0	0

ЛИСТ ОДОБРЕНИЯ, СОГЛАСОВАНИЯ И АКТУАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Разработчик(и) программы:

доцент Цыганкова В.Н. кэн

Рецензент(ы):
(при наличии)

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики)
Маркетинг в социальных медиа

разработана в соответствии с ФГОС ВО:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970)

составлена на основании учебного плана:
Направление 38.03.02 Менеджмент

Профиль: Маркетинг и рыночная аналитика

утвержденного учёным советом вуза от 26.05.2021 протокол № 10.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Менеджмент и финансы производственных систем

30.08.2021 номер протокола 1 2021 г.
Зав. кафедрой Сазонов Сергей Петрович

СОГЛАСОВАНО:
Факультет экономики и управления
Председатель НМС факультета: Евстратов А.В.

Протокол заседания НМС от
09.09.2021 г. № 1

Рабочая программа дисциплины (модуля, практики) актуализирована 31.08.2023

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ). ВИД, ТИП ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА (ФОРМЫ) ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ.
Формирование у студентов знаний, навыков и компетенций по использованию сетевых сервисов (Web) в коммуникационной деятельности, нуичиться организовывать рекламные кампании, рассчитывать их бюджет
познакомить студентов с принципами организации и функционирование сетевых сервисов (Web), с особенностям коммуникации и представления информации в социальных сетях
привить навыки использования социальных сетей в стратегических коммуникациях и при работе над маркетинговыми проектами
выработать у студентов навыки разработки и реализации SMM-стратегии и оценивания эффективности SMM-стратегии
выработать навыки по анализу структуры социальных сетей

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Управленческий анализ
2.1.2	Бюджетирование
2.1.3	Маркетинговые исследования
2.1.4	Маркетинговые метрики и анализ эффективности маркетинговых проектов
2.1.5	Маркетинговые метрики и анализ эффективности маркетинговых проектов
2.1.6	Маркетинговые метрики и анализ эффективности маркетинговых проектов
2.1.7	Маркетинговые метрики и анализ эффективности маркетинговых проектов
2.1.8	Планирование и организация маркетинговой деятельности
2.1.9	Планирование и организация маркетинговой деятельности
2.2	**Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)
УК-3: Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
УК-3.1: Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде.
Результаты обучения: Знать: основные приемы и нормы социального взаимодействия, основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии, особенности коммуникаций в социальных сетях, принципы распространения информации в сетевых структурах
УК-3.2: Предвидит результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата.
Результаты обучения: Уметь: устанавливать и поддерживать контакты, обеспечивающую успешную работу в коллективе, эффективно взаимодействовать с другими членами команды в части обмена информацией, знаниями, опытом и презентации результатов работы команды. Учитывать в своей деятельности особенности поведения различных категорий групп людей, с которыми работает/взаимодействует, использует социальные сети для реализации маркетинговых проектов, планирует и организует рекламные кампании в социальных сетях, использует цифровые маркетинговые каналы
УК-3.3: Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т. ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команд.
Результаты обучения: Владеть: простейшими методами и приемами социального взаимодействия и работы в команде, использует социальные сети для реализации рекламных кампаний, структурирует социальные сети, настраивает таргетинг рекламных кампаний, подбирает и создает контент для социальных сетей, использует средства бизнес-аналитики для представления результатов
ПК-2: Способен осуществлять моделирование маркетинговых проектов, проводить системный анализ ситуации, определять объемы и границы работ, необходимых для достижения намеченных результатов
ПК-2.1: Использует основные маркетинговые инструменты и информационные технологии для анализа рынков и управления маркетинговыми проектами
Результаты обучения: использует маркетинговые инструменты в социальных сетях для анализа рынка, прогнозирования целевой аудитории, прогноза эффективности рекламной кампании, знает особенности работы в разных социальных сетях

ПК-2.2: Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, проводит системный анализ ситуации, моделирует объемы и границы работ, необходимых для достижения намеченных результатов
Результаты обучения: принимает участие в исследовании структуры социальных сетей, таргетинге аудитории, рассчитывает бюджеты и оценивает эффективность рекламных кампаний
ПК-2.3: Осуществляет мониторинг обратной связи и контроль результатов маркетингоаых проектов, анализирует требования заинтересованных сторон с точки зрения критериев качества, оформляет результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными критериями и подходами
Результаты обучения: осуществляет мониторинг мониторинг отзывов, эффективности рекламных кампаний, оформляет и оценивает результаты маркетинговых мероприятий, оценивает эффективность маркетинг -микс стратегий, строит дашборды, обрабатывает информацию средствами бизнес-аналитики

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Форма контроля
1	**Раздел 1.**			
1.1	Маркетинг в социальных медиа /Тема/	8	0	
1.1.1	Исследование истории развития социальных сетей. Структура понятия "медиа", виды медианосителей, разбор примеров /Пр/	8	4	З, Ко, Кр
1.1.2	Развитие интернета и появление социальных сетей, расширение их функционала. Основные комплексы инструментов digital-коммуникации (с примерами). Цифровой маркетинг (digital marketing). Поисковая опттимизация (SEO). Мобильный маркетинг. SMM (Social Media Marketing). Инновационные каналы коммуникации. Маркетинг в социальных сетях. Инструменты SMM. Интернет-маркетинг и digital-стратегии /Пр/	8	4	З, Ко, Кр
1.1.3	Социальные сети и подходы к их изучению. Функции социальных сетей, способы классификации. Развитие медиа среды /Лек/	8	2	З,Ко, Кр
1.1.4	Развитие интернет-технологий, появление цифровых маркетинговых каналов, развитие социальных сетей /Лек/	8	2	З, Ко, Кр
1.1.5	Расширение возможностей интернет-маркетинга. Развитие рекламных платформ в поисковых системах и социальных сетях /Лек/	8	2	З, Ко, Кр
1.1.6	Расширение возможностей интернет-маркетинга. Развитие рекламных платформ в поисковых системах и социальных сетях. Знакомство с процедурой создания рекламного объявления на различных платформах /Пр/	8	4	З,Ко,Кр
1.1.7	Принципы распространения информации в социальных сетях. Закон Цифпа, Меткалфа.Графический анализ сети. Виды топологии сети /Лек/	8	2	З, Ко, Кр
1.1.8	Принципы распространения информации в социальных сетях. Закон Цифпа, Меткалфа.Графический анализ сети. Виды топологии сети. Анализ графиков сетей. Понятие " маркетинг в социальных сетях" (SMM), история появления направления /Пр/	8	4	З,Ко, Кр
1.1.9	Использование информационных технологий для анализа данных(на примере Yandex Data Lens) /Пр/	8	4	З,Ко,Кр
1.1.10	Анализ информации, полученной из социальной сети. Сервисы для отслеживания комментариев. Инструменты для мониторинга социальных сетей. Сервисы для аналитики SMM. /Пр/	8	4	З,Ко,Кр
1.1.11	Возможности продвижения в социальных сетях. Исследование сообществ в социальных сетях. Особенности таргетинга /Лек/	8	2	З, Ко, Кр
1.1.12	Возможности продвижения в социальных сетях. Исследование сообществ в социальных сетях. Особенности таргетинга /Пр/	8	2	З, Ко, Кр
1.1.13	Средства бизнес-аналитики для маркетолога. Возможности облачных технологий. /Лек/	8	2	З, Ко,Кр
1.1.14	Развитие интернет-технологий, появление цифровых маркетинговых каналов, развитие социальных сетей. /Пр/	8	4	З, Ко,Кр
1.1.15	Парсинг, виды сервисов. Анализ данных по аккаунтам. /Пр/	8	4	З, Ко, Кр
1.1.16	Этапы формирования рекламной кампании и настройки. Анализ показателей эффективности рекламных кампаний /Пр/	8	4	З, Ко, Кр
1.1.17	SMM-кампания:построение стратегии присутствия в социальных сетях /Лек/	8	2	З, Ко, Кр
1.1.18	SMM-кампания: построение стратегии присутствия в социальных сетях. Анализ кейсов. Анализ рисков продвижения в социальных сетях /Пр/	8	4	З, Ко, Кр

1.1.19	Основные этапы развития Интернета. История Интернет-рекламы. Современные тенденции развития Интернет-маркетинга. /Лек/	8	2	З,Ко, Кз
1.1.20	SMO и SMM: реклама в контакте и блогах, скрытый и вирусный маркетинг /Пр/	8	2	З,Ко,Кр
1.1.21	Анализ структуры социальных сетей, построение социальных графов. Информационные сервисы для построение структуры графа. Показатели и свойства, конфигурация социальных графов /Пр/	8	4	З,Ко, Кр
1.1.22	Подготовка к практическим занятиям, выполнение контрольной работы /Ср/	8	10	З, Ко,Кр
1.1.23	Подготовка к практическим занятиям, выполнение контрольной работы /Ср/	8	10	З,Ко,Кр
1.1.24	Подготовка к практическим занятиям, выполнение контрольной работы /Ср/	8	10	З,Ко,Кр
1.1.25	Подготовка к практическим занятиям, выполнение контрольной работы /Ср/	8	10	З,Ко,Кр
1.2	Промежуточная аттестация /Тема/	8	0	
1.2.1	Контактная работа с обучающимися (зачет) /КоРа/	8	0.25	З
1.2.2	Самостоятельная работа и подготовка к зачету, выполнение контрольной работы /Ср/	8	39.75	З, Кр

Примечание. Формы контроля: Эк – экзамен, К- контрольная работа, Ко- контрольный опрос, Сз- семестровое задание, З-зачет, ОП-отчет по практике.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Оценочные средства планируемых результатов обучения представлены в виде фондов оценочных средств (ФОС), разработанных в соответствии с локальным нормативным актом университета. ФОС может быть представлен в Приложении к рабочей программе.

ФОС Маркетинг в социальных медиа находится в приложении к РПД

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)

6.1. Рекомендуемая литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год.	Электронный адрес
Л.1	Московцев А. Ф., Юрова О. В.	Предпринимательский менеджмент: монография	Волгоград: ВолгГТУ, 2013	
Л.2	Юрова О. В., Текин А. В.	Организация и проведение прикладных маркетинговых исследований: учеб. пособие	Волгоград: ВолгГТУ, 2015	
Л.3	Пескова О. С., Борискина Т. Б., Юрова О. В., Матющенко С. И.	Информационно-аналитическое обеспечение маркетинговой деятельности: учеб.-метод. пособие	Волгоград: ВолгГТУ, 2016	
Л.4	Юрова О. В., Текин А. В.	Управление изменениями: учеб. пособие для студ. вузов	Волгоград: ВолгГТУ, 2016	
Л.5	Юрова О. В., Пескова О. С., Борискина Т. Б.	Организация проектной деятельности: учеб. пособие для студентов и сотрудников вузов	Волгоград: ВолгГТУ, 2019	

6.3 Перечень программного обеспечения

6.3.1.1	СДО «Moodle» — система дистанционного обучения
6.3.1.2	Операционная система Windows
6.3.1.3	Adobe Acrobat Reader DC — бесплатное решение для просмотра файлов PDF
6.3.1.4	LibreOffice — офисный пакет

6.4 Перечень информационных справочных систем и электронных библиотечных систем (ЭБС)

6.3.2.1	Библиотека (НТБ), http://library.vstu.ru/sci-nci
6.3.2.2	Электронная информационно-образовательная среда университета,http://eos.vstu.ru
6.3.2.3	ЭБС "Лань", https://e.lanbook.com/
6.3.2.4	ЭБС "Book.ru", https://www.book.ru/
6.3.2.5	Электронная библиотека "Grebennikon", https://grebennikon.ru/
6.3.2.6	

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ) /ОБОРУДОВАНИЕ	
7.1	Мультимедийная учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. /Учебная доска, учебная мебель, интерактивная трибуна, видеопроектор.
7.2	Лаборатория информационных технологий. /Учебная мебель, компьютерная техника, оснащенная программным обеспечением, доступом в Интернет и в электронную информационно-образовательную среду университета
7.3	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся./Учебная мебель, компьютерная техника с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (читальный зал информационно-библиотечного центра)

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ, ПРАКТИКИ)

Организация образовательного процесса по данной дисциплине регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет дисциплины (переаттестации ее части), если она была освоена в процессе предшествующего обучения. Перезачёт (переаттестации ее части)освобождает обучающегося от необходимости повторного освоения дисциплины (полностью или частично).
Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и практическими занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в электронной информационной образовательной среде.
Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана. На первой лекции лектор информирует студентов о рекомендуемой литературе и электронных источниках информации по дисциплине, с указанием, какой учебник (учебное пособие) является базовым.
Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают основные разделы дисциплины.
Самостоятельная работа студентов включает изучение законспектированного на лекционных занятиях материала, дополнение его с учетом рекомендованной по данной теме литературы, самостоятельную подготовку к лабораторным работам, самостоятельное выполнение и оформление заданий контрольной работы, аналогичных выполненным на занятиях.
Перечень методических указаний для освоения дисциплины:

Соловьева А. В. Коммуникации в профессиональной деятельности : метод. указания / сост. Л. А. Федотова, А. В. Соловьева. - Волгоград : ВолгГТУ, 2016. - 16 с.

В течение семестра для студентов проводятся групповые текущие консультации по учебной дисциплине, а также консультация перед экзаменом.
Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов
Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.
В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн), в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.
Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ (при необходимости).
Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств. Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания.
При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.