

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования_
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт филологии и журналистики

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Специфика SMM-продвижения организации

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Форма обучения

очная, заочная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.24 Специфика SMM-продвижения организации относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-5: Владеет навыками создания рекламного и PR-текста с учетом жанрово-стилевой и тематической специфики, а также требований разных типов СМИ	<p>ПК-5.1: Создает рекламный и PR-текст, учитывая жанрово-стилевую и тематическую специфику коммуникационного продукта;</p> <p>ПК-5.2: Адаптирует рекламный и PR-текст с учетом требований разных типов СМИ.</p>	<p>ПК-5.1:</p> <p>Знать специфику создания рекламного и PR-текста, жанрово-стилевые и тематические аспекты создания коммуникационного продукта;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности теоретические основы создания рекламного и PR-текста;</p> <p>Владеть практическими навыками создания рекламного и PR-текста;</p> <p>ПК-5.2:</p> <p>Знать технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности технологии адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ;</p> <p>Владеть практическими навыками адаптации рекламного и PR-текста к требованиям требований разных типов СМИ</p>	Практическое задание	Зачёт: Контрольные вопросы

<p>ПК-7: Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-7.1: Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-7.2: Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-7.3: Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.</p>	<p>ПК-7.1: Знать основные маркетинговые инструменты, используемые при планировании и производстве и (или) реализации коммуникационного продукта; Уметь использовать основные маркетинговые инструменты при планировании и производстве и (или) реализации коммуникационного продукта; Владеть навыками использования в практической деятельности основных маркетинговых инструментов при планировании и производстве и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-7.2: Знать методы и технологии проведения маркетинговых исследований; Уметь использовать знания о методах и технологиях проведения маркетинговых исследований в практической деятельности; Владеть навыками проведения самостоятельных маркетинговых исследований; ПК-7.3: Знать методы и технологии организации и проведения социологических исследований; Уметь использовать в практической деятельности методики и технологии организации и проведения социологических исследований;</p>	<p>Практическое задание</p>	<p>Зачёт: Контрольные вопросы</p>
---	--	--	-----------------------------	--

		Владеть навыками самостоятельной организации и проведения социологических исследований		
ПК-8: Способен использовать стратегии и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности	<p>ПК-8.1: Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке.</p> <p>ПК-8.2: Применяет на практике техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности.</p>	<p>ПК-8.1:</p> <p>Знать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;</p> <p>Уметь использовать технологии поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;</p> <p>Владеть практическими навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке;</p> <p>ПК-8.2:</p> <p>Знать техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;</p> <p>Уметь использовать в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;</p> <p>Владеть навыками применения в практической деятельности техники и технологии медиапланирования в коммуникационной и рекламной деятельности;</p>	Практическое задание	Зачёт: Контрольные вопросы

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	2	2

КСР	1	1					1	1		
Итого	72	72	24	4	24	4	49	9	23	59

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Маркетинг социальных медиа: понятие, инструментарий, функции.

Тема 2. Характеристика социальных сетей как маркетинговой площадки.

Практическое занятие: Исследование социальных сетей Nielsen, comScore.

Тема 3. Теория и психология пользовательского поведения в социальных медиа.

Практическое занятие: Портрет ЦА, пользовательское поведение и опыт как основа планирования кампаний в социальных сетях.

Тема 4. Стратегии и инструменты маркетинга в социальных медиа.

Практическое занятие: Стратегии в различных социальных медиа: Вконтакте, Telegram

Тема 5. Стратегии и инструментарий мобильного маркетинга.

Практическое занятие: Стратегии продвижения в мессенджерах.

Тема 6. Стратегии и инструменты маркетинга на других Интернет- площадках: Youtube, Pinterest и др.

Практическое занятие: Блогеры, селебритис, маркетинг влияния и другие инструменты продвижения на различных Интернет-площадках.

Тема 7. Системы мониторинга и аналитики маркетинга в социальных медиа.

практическое занятие: Конверсия и лидогенерация в социальных медиа.

Тема 8. Технологии и модели оценки эффективности кампаний в социальных сетях.

Практическое занятие: Показатели оценки эффективности маркетинга в социальных сетях.

Практические занятия /лабораторные работы организуются, в том числе, в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

На проведение практических занятий / лабораторных работ в форме практической подготовки отводится: очная форма обучения - 12 ч.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Абросимова Анна Александровна.

Маркетинговые коммуникации : задачник : учебно-методическое пособие / А. А. Абросимова, П. С. Шалабаев ; ННГУ им. Н. И. Лобачевского. - Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2015. - 107 с. - Текст : электронный.

Постоянная ссылка на документ: <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=850183&idb=0>

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-5:

Пропишите концепцию разработки группы в социальных сетях для организации (по выбору студента).

Поэтапно разрабатывается:

- 1 концепция группы,
- 2 контент-план,
- 3 оформление с элементами брендинга,
- 4 примеры постов,
- 5 программа продвижения группы,
- 6 анализ статистики,
- 7 предложение развития группы на основе статистики.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-7:

Индивидуальное задание №1.

Теоретическая часть

1. Дайте развернутое определение задачам SMM-кампании.
2. Назовите ключевые шаги в разработке стратегии SMM-кампании.

Практическая часть

В интернете выберите предприятие или организацию, для которой будет разработана SMM-кампания.

Определите задачи SMM-кампании для выбранного Вами предприятия или организации.

Проведите их иерархическую расстановку, определите соподчиненность между ними.

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-8:

Индивидуальное задание №2.

Теоретическая часть.

1. Раскройте методы мониторинга социальных сетей и блогов.

2. Назовите платформы для мониторинга социальных сетей и блогов.

Практическая часть.

Для выбранного предприятия или организации разработайте систему мониторинга социальных сетей и блогов.

Разработанная система должна иметь три уровня:

- периодический мониторинг;
- перманентный мониторинг;
- стратегический мониторинг.

Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	студент имеет глубокие знания учебного материала по теме практического задания, показывает усвоение взаимосвязи основных понятий используемых в работе, смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, определяет междисциплинарные связи по условию задания.
отлично	Студент показывает глубокое овладение лекционным материалом, знание соответствующей литературы, способен выразить собственное отношение к данной проблеме, проявляет умение самостоятельно и аргументированно излагать материал, анализировать явления и факты, делать самостоятельные обобщения и выводы
очень хорошо	Студент показывает достаточно глубокое овладение лекционным материалом, знание соответствующей литературы, способен выразить собственное отношение к данной проблеме, проявляет умение самостоятельно и аргументированно излагать материал, анализировать явления и факты, делать самостоятельные обобщения и выводы, но имеет место недостаточная аргументированность при изложении материала,
хорошо	Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, допуская незначительные неточности при решении поставленных задач, имея неполное понимание междисциплинарных связей при правильном выборе алгоритма выполнения задания
удовлетворительно	студент в целом овладел схемой выполнения задания по указанной теме, обнаруживает знание лекционного материала и учебной литературы, пытается анализировать факты и события, делать выводы и решать задачи. Но дает неполные ответы на вопросы, допускает грубые ошибки при освещении теоретического материала или 3-4 логических ошибок при решении

Оценка	Критерии оценивания
	специальных задач.
неудовлетворительно	студент обнаружил несостоятельность осветить вопрос, вопросы освещены неправильно, бессистемно, с грубыми ошибками, отсутствуют понимания основной сути вопросов, выводы, обобщения, обнаружено неумение решать учебные задачи.
плохо	Практическое задание не выполнено

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых	При решении стандартных	Имеется минимальн	Продemonстрированы	Продemonстрированы	Продemonстрированы	Продemonстрирован

	навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	задач не продемонстриро ваны базовые навыки. Имели место грубые ошибки	ый набор навыков для решения стандартны х задач с некоторым и недочетами	базовые навыки при решении стандартны х задач с некоторым и недочетами	базовые навыки при решении стандартны х задач без ошибок и недочетов	навыки при решении нестандарт ных задач без ошибок и недочетов	творческий подход к решению нестандартны х задач
--	--	---	--	---	--	---	--

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворитель но	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворите льно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-5

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-7

SMM: определение, основные понятия
История возникновения SMM. Отечественный и зарубежный опыт.
Обзор социальных интернет-платформ
Стратегии продвижения через социальные сети
Организация рекламных кампаний через социальные медиа
Цели и тактики SMM
Особенности организации SMM-кампаний в РК

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки

сформированности компетенции ПК-8
Маркетинговые технологии и инструменты при продвижении через социальные медиа.
Маркетинговые технологии и инструменты при продвижении через социальные медиа.
Этические вопросы при использовании инструментов SMM
Системы мониторинга и аналитики SMM
Конверсия и лидогенерация в соцмедиа
Особенности поведения потребителей в соцмедиа
Планирование маркетингового исследования в соцмедиа
Ключевые метрики маркетинга в соцмедиа
Работа с негативом в соцмедиа
Оценка эффективности маркетинга в соцмедиа

Критерии оценивания (основное средство - Контрольные вопросы)

Маркетинговые интернет-исследования	Критерии оценивания	
Работа с социальными сетями	Демонстрирует глубокое знание рекламных инструментов в социальных медиа (контекстная реклама, баннерная реклама, геоконтекстная реклама, вирусная реклама и пр.)	обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры. Демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошиб-ки, исправляемые после замечания преподавателя Демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
Особенности государственного регулирования интернет рекламы.	Блогеры, селебритис и маркетинг влияния как инструменты продвижения в социальных медиа.	
3D / VR и AR, технологии видеотрансляций и профессиональный стримминг	Демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры	
Особенности медийной и контекстной рекламы в мобильном сегменте. (Каналы, боты и пр.)		
<p>Технологии оптимизации контента и usability как основа оценки эффективности маркетинга в социальных медиа.</p> <p>6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)</p> <p>Основная литература:</p> <p>Финансирование маркетинговых проектов в социальных медиа. Правила безопасности работы в сети.</p> <p>1. SMM и SEO-технологии : учебное пособие. направ ление подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью. профиль подготовки «реклама в системе массовых коммуникаций rg в государственных и бизнес-структурах». бакалавриат / Беленькая Ю. П., Бережнов А. Ю., Новикова</p>		

- А. С., Срыбная П. И. - Ставрополь : СКФУ, 2017. - 62 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции СКФУ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=731668&idb=0>.
2. Кеннеди Дэн. Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум : Учебное пособие. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2017. - 344 с. - ВО - Кадры высшей квалификации. - ISBN 978-5-9614-6179-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=624747&idb=0>.
3. Милинчук Екатерина Сергеевна. SMM-маркетинг : учебное пособие для вузов / Е. С. Милинчук. - Москва : Юрайт, 2024. - 216 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-17395-6. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=891102&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Коноваленко Валерий Адольфович. Основы интегрированных коммуникаций : Учебник и практикум для академического бакалавриата / Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г. - Москва : Юрайт, 2019. - 486 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-9916-3061-0 : 899.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=583237&idb=0>.
2. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях / Сенаторов А. - Москва : Альпина Паблишер, 2016., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=649205&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. ЭБС IPR Books <http://iprbookshop.ru> (учебники и учебные пособия, монографии, сборники научных трудов, научная периодика, профильные журналы, справочники, энциклопедии);
2. ООО «ИВИС» <https://dlib.eastview.com> (электронные версии периодических изданий ООО «ИВИС»);
3. Web of Science <http://webofknowledge.com/> (обширная международная универсальная реферативная база данных);
4. Scopus <https://www.scopus.com> (международная универсальная реферативная база данных, индексирующая более 21 тыс. наименований научно-технических, гуманитарных и медицинских журналов, материалов конференций примерно 5000 международных издательств);
5. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru> (крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования);
6. ООО «Национальная электронная библиотека» (НЭБ) <http://нэб.рф/> (объединенные фонды публичных библиотек России федерального, регионального, муниципального уровня, библиотек научных и образовательных учреждений);
7. «НЭИКОН» <http://www.neicon.ru/> (доступ к современной зарубежной и отечественной научной периодической информации по гуманитарным и естественным наукам в электронной форме);
8. «Polpred.com Обзор СМИ» <http://www.polpred.com> (статьи, интервью и др. информгентств и деловой прессы за 15 лет);
9. <http://ecsocman.hse.ru> Федеральный образовательный портал «Экономика Социология

Менеджмент»;

10. Образовательный портал - <https://e.muiv.ru/> на платформе «Moodle»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами, специализированным оборудованием: проектор, экран для трансляции

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Дранишникова Елена Александровна, кандидат филологических наук.

Заведующий кафедрой: Савинова Ольга Николаевна, доктор политических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.01.2024, протокол № 12.