

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

42.03.03 - Издательское дело

Направленность образовательной программы

Книгоиздательское дело

Форма обучения

очная, заочная, очно-заочная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.02 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
ПКР-10: Способен применять методы формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках издательства, отбирать соответствующие темы, жанры и форматы публикаций для аудитории каждой площадки, побуждать ее к взаимодействию	<p>ПКР-10.1: Участвует в рамках своих полномочий в процессе организации обратной связи с аудиторией (прием почты издательства, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте и страницах в социальных сетях)</p> <p>ПКР-10.2: Применяет в процессе осуществления профессиональной деятельности методы формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках издательства</p>	<p>ПКР-10.1:</p> <p>Знать технологии организации обратной связи с аудиторией;</p> <p>Уметь использовать в практической деятельности технологии организации обратной связи с аудиторией;</p> <p>Владеть навыками непосредственного участия в процессе формирования обратной связи с аудиторией, в том числе прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте издательства и на страницах в социальных сетях;</p> <p>ПКР-10.2:</p> <p>Знать технологии и методы формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках издательства;</p> <p>Уметь применять технологии и методы формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках издательства;</p> <p>Владеть навыками непосредственного участия в</p>	Практическое задание	Зачёт: Контрольные вопросы

		рамках осуществления профессиональной деятельности в процессе формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках издания;		
ПКР-11: Способен использовать методы и приемы редактирования медиатекста и (или) медиапродукта, применять цифровые технологии в процессе создания и редактирования медиатекста и (или) медиапродукта	ПКР-11.1: Использует в профессиональной деятельности методы и приемы редактирования текста и (или) продукта ПКР-11.2: Применяет в процессе редакторской деятельности методы цифровых технологий, используемые для создания медиапродукта	<p>ПКР-11.1:</p> <p>Знать методы и приемы редактирования текстов, технологии подготовки медиапродукта в разных форматах;</p> <p>Уметь применять в профессиональной деятельности методы и приемы редактирования текстов, технологии подготовки медиапродукта в разных форматах;</p> <p>Владеть навыками создания медиапродукта с учетом знаний о методах и приемах редактирования текстов, технологиях подготовки медиапродукта в разных форматах;</p> <p>ПКР-11.2:</p> <p>Знать методы цифровых технологий, используемые для создания медиапродукта;</p> <p>Уметь применять в процессе редакторской деятельности методы цифровых технологий, используемые для создания медиапродукта;</p> <p>Владеть практическими навыками редакторской деятельности с использованием методов цифровых технологий, используемых для создания медиапродукта;</p>	Практическое задание	Зачёт: Контрольные вопросы
ПКР-9: Способен осуществлять авторскую деятельность с	ПКР-9.1: Осуществляет поиск темы и выявляет существующую проблему ПКР-9.2: Отбирает	<p>ПКР-9.1:</p> <p>Знать приемы осуществления поиска темы и выявления существующей проблемы;</p>	Практическое задание	Зачёт: Контрольные

<p>учетом специфики разных типов медиатекстов и (или) медиапродуктов и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>релевантную информацию из доступных документальных источников</p> <p>ПКР-9.3: Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта в области издательского дела</p>	<p>Уметь осуществлять поиск темы и выявлять существующую проблему;</p> <p>Владеть практическими навыками поиска тема и выявления существующей проблемы;</p> <p>ПКР-9.2:</p> <p>Знать приемы отбора релевантной информации из доступных документальных источников;</p> <p>Уметь отбирать релевантную информацию из доступных документальных источников;</p> <p>Владеть практическими навыками отбора релевантной информации из доступных документальных источников;</p> <p>ПКР-9.3:</p> <p>Знать примеры творческих решений с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта в области издательского дела;</p> <p>Уметь предлагать творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта в области издательского дела;</p> <p>Владеть навыками использования творческих решений с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта в области издательского дела;</p>		<p>вопросы</p>
---	---	--	--	----------------

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	очно-заочная	заочная
--	--------------	---------------------	----------------

Общая трудоемкость, з.е.	2	2	2
Часов по учебному плану	72	72	72
в том числе			
аудиторные занятия (контактная работа):			
- занятия лекционного типа	14	12	4
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	28	12	4
- КСР	1	1	1
самостоятельная работа	29	47	59
Промежуточная аттестация	0	0	4
	Зачёт	Зачёт	Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе											
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них									Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы			Всего					
	0 Ф 0	0 З Ф 0	З Ф 0	0 Ф 0	0 З Ф 0	З Ф 0	0 Ф 0	0 З Ф 0	З Ф 0	0 Ф 0	0 З Ф 0	З Ф 0	0 Ф 0	0 З Ф 0	З Ф 0
Тема 1. Маркетинг социальных медиа: понятие, инструментарий, функции.	7	7	8	1	1	1	3	1		4	2	1	3	5	7
Тема 2. Характеристика социальных сетей как маркетинговой площадки. Практическое занятие: Исследование социальных сетей Nielsen, comScore.	7	8	8	1	1	1	3	1		4	2	1	3	6	7
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.	9	8	8	2	1	1	3	1		5	2	1	4	6	7
Тема 4. Стратегии и инструменты маркетинга в социальных медиа. Практическое занятие: Стратегии в различных социальных медиа: Вконтакте, Telegram	8	8	8	2	1	1	3	1		5	2	1	3	6	7
Тема 5. Стратегии и инструментарий мобильного маркетинга. Практическое занятие: Стратегии продвижения в мессенджерах.	9	10	8	2	2		4	2	1	6	4	1	3	6	7
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.	9	10	9	2	2		4	2	1	6	4	1	3	6	8
Тема 7. Системы мониторинга и аналитики маркетинга в социальных медиа. практическое занятие: Конверсия и лидогенерация в социальных медиа.	11	10	9	2	2		4	2	1	6	4	1	5	6	8
Тема 8. Технологии и модели оценки эффективности кампаний в социальных сетях. Практическое занятие: Показатели оценки эффективности маркетинга в	11	10	9	2	2		4	2	1	6	4	1	5	6	8

социальных сетях.																
Аттестация	0	0	4													
КСР	1	1	1								1	1	1			
Итого	72	72	72	14	12	4	28	12	4	43	25	9	29	47	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 - 14 ч., очно-заочная форма обучения - 12 ч., заочная форма обучения - 4 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?](https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=850183&idb=0)

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 ПКР-10:

Индивидуальное задание №1. ПКР-10.1

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.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПКР-11:

Индивидуальное задание №2. ПКР-10.2

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.

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПКР-9:

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.

Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	
отлично	
очень хорошо	
хорошо	
удовлетворительно	
неудовлетворительно	
плохо	

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

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатор 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	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных 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».
	удовлетворительно	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	неудовлетворительно	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 ПКР-10

- 1 SMM: определение, основные понятия
- 2 История возникновения SMM. Отечественный и зарубежный опыт.
- 3 Обзор социальных интернет-платформ
- 4 Стратегии продвижения через социальные сети
- 5 Организация рекламных кампаний через социальные медиа
- 6 Цели и тактики SMM
- 7 Особенности организации SMM-кампаний в ВК
- 8 Особенности организации SMM-кампаний в мессенджерах
- 9 Организация SMM-кампаний в видеосоцсетях.

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПКР-11

- 10 Маркетинговые технологии и инструменты при продвижении через социальные медиа.
- 11 Этические вопросы при использовании инструментов SMM
- 12 Системы мониторинга и аналитики SMM.
- 13 Конверсия и лидогенерация в соцмедиа
- 14 Особенности поведения потребителей в соцмедиа
- 15 Планирование маркетингового исследования в соцмедиа
- 16 Ключевые метрики маркетинга в соцмедиа
- 17 Работа с негативом в соцмедиа
- 18 Оценка эффективности маркетинга в соцмедиа
- 19 SMM как часть трансмедийной кампании
- 20 Маркетинговые интернет-исследования

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПКР-9

- 21 Работа с социально-ориентированными сервисами и интернет-сообществами
- 22 Разновидности инструментов маркетинга в социальных медиа (контекстная реклама, баннерная реклама, геоконтекстная реклама, вирусная реклама и пр.)
- 23 Особенности государственного регулирования интернет рекламы.
- 24 Блогеры, селебритис и маркетинг влияния как инструменты продвижения в социальных медиа.

25 3D / VR и AR, технологии видеотрансляций и профессиональный стримминг.

26 Особенности медийной и контекстной рекламы в мобильном сегменте. (Каналы, боты и пр.)

27 Технологии оптимизации контента и usability как основа оценки эффективности маркетинга в социальных медиа.

28 Финансирование маркетинговых проектов в социальных медиа.

29 Правила безопасности работы в сети.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	
не зачтено	

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. SMM и SEO-технологии : учебное пособие. направление подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью. профиль подготовки «реклама в системе массовых коммуникаций рг в государственных и бизнес-структурах». бакалавриат / Беленькая Ю. П., Бережнов А. Ю., Новикова 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. информагентств 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 42.03.03 - Издательское дело.

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.