

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

модуля(курса)

«Цифровые технологии в SMM»

1. АННОТАЦИЯ

Дисциплина «Цифровые технологии в SMM» включает учебный материал, способствующий получению практического опыта, навыков и умений ведения социальных сетей с использованием новейших цифровых технологий, в том числе – технологий искусственного интеллекта.

Цель дисциплины –повысить профессиональную компетенцию специалиста в области SMM, в следующих областях: работа с социальными сетями, разрешенными на территории Российской Федерации, навыки составления контент-плана и написания постов различных видов, грамотное применение нейросетей во всех процессах, связанных с созданием и ведением социальных сетей. Дисциплина рассматривается, как один из основных курсов программы профессиональной переподготовки «Искусственный интеллект в журналистике и массовых коммуникациях».

2. СОДЕРЖАНИЕ

Учебная программа курса

| № п/п | Наименование модуля, разделов и тем | Содержание обучения (по темам в дидактических единицах), наименование и тематика лабораторных работ, практических занятий (семинаров), самостоятельной работы с указанием кол-ва часов, используемых образовательных технологий и рекомендуемой литературы |
|-------|--|---|
| 1. | 2. | 3. |
| 1 | Тема 1. Введение в SMM. SMM в контексте стратегии продвижения организации | SMM как часть продвижения бренда. Функции эффективного SMM-продвижения. SMM-стратегия: постановка целей и задач SMM-продвижения. Обзор социальных сетей, использующихся для продвижения организации в России: ВКонтакте, Telegram, Дзен, Одноклассники, видеохостинги. Особенности функционирования, показатели эффективности для различных сфер. (2 часа: лекционные занятия) |
| 2 | Тема 2. Формирование стратегии продвижения для социальных сетей с использованием цифровых технологий | Понятие целевой аудитории. Анализ потребностей целевой аудитории. Группы и проблемы целевой аудитории. Лестница Бена Ханта. Обзор конкурентного окружения организации: прямые и косвенные конкуренты, методы анализа. Аналитика и оценка эффективности в SMM. Сервисы аналитики социальных сетей: внутренняя аналитика ВКонтакте и Telegram, SocStat, Popsters, SMM planer, Papper Ninja, TGStat. (2 часа: лекционные занятия) |

| | | |
|---|---------------------------------|--|
| 3 | Практические занятия (семинары) | <p>Текстовое и графическое оформление социальных сетей. Подготовка аккаунта в социальных сетях к продвижению. Обзор возможностей социальных сетей Вконтакте и Telegram для бизнеса и некоммерческих организаций. Особенности оформления контента во ВКонтакте, Одноклассниках и Telegram.</p> <p>Чек-лист проверки готовности аккаунта к продвижению.</p> <p>(4 часа)</p> |
| 4 | | <p>Создание контента для социальных сетей. Tone of Voice и визуальная концепция. Роли и задачи в работе над контентом.</p> <p>Типы постов для соцсетей и их цели в продвижении. Основы копирайтинга: как создать вовлекающий и продающий текст. Основные инструменты для работы с текстом. Создание постов. Особенности текстов для ВКонтакте, Telegram. Контент-план и поиск тем для постов. Принципы построения контент-плана: комбинация различных видов и форм контента.</p> <p>(4 часа)</p> |
| 5 | | <p>Продвижение в социальных сетях Бесплатное продвижение в социальных сетях. Основные типы и инструменты бесплатного продвижения в соцсетях. Ключевые форматы контента и их функции в продвижении. Как подобрать контент под цели продвижения и специфику бизнеса.</p> <p>Платное продвижение в социальных сетях. Подборка платных каналов под цели продвижения и специфику организации. Что такое медиаплан. Основные метрики и KPI, определение критериев эффективности платного продвижения.</p> <p>(2 часа)</p> |
| 6 | | <p>Искусственный интеллект в работе smm-специалиста ChatGPT и другие нейросети для генерации текста. Использование нейросетей для написания постов, генерации идей, перевода текста, проверки ошибок. Графические нейросети. Использование нейросетей для создания изображений на основе текстовых запросов, мемов, «дорисовывания» и стилизации иллюстраций, создания микса из двух фотографий. Нейросети для создания видео и анимации.</p> <p>Устранение шумов, цветокоррекция, изменения разрешения, создания роликов по готовому сценарию и коротких заикленных видео, или GIF.</p> <p>(4 часа)</p> |
| 7 | Самостоятельная работа | Выполнение домашних заданий по теме занятия (16 часов) |
| 8 | Зачет | Защита проекта (2 часа) |

3. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

(формы аттестации, оценочные и методические материалы)

Практические задания для проведения семинарских занятий и оценки качества освоения материала:

Практическое задание 1.

Выберите одно из предложенных сообществ ВКонтакте.

1. Кинотеатр «Отленок»: https://vk.com/orlenok_kino
2. Волго-Вятский филиал Государственного музея изобразительных искусств имени А.С. Пушкина «Арсенал» https://vk.com/ncca_arsenal
3. Центральная городская библиотека <https://vk.com/gorbibl.nnov>
4. Нижегородский театр драмы им. М. Горького <https://vk.com/teatrnn>
5. Дирекция парков и скверов г. Н.Новгорода <https://vk.com/parki52nn>

1. Проведите анализ выбранного сообщества на основании нижеприведенных пунктов:

| Критерий | Статус / Наименование | Комментарии |
|---|--------------------------|-------------|
| Общие данные | | |
| Наименование организации | | |
| Сфера деятельности | | |
| Ссылка на страницу | | |
| Название страницы | | |
| | | |
| Аналитические данные | | |
| Количество подписчиков | | |
| Портрет аудитории сообщества (определяется с помощью сервиса Pepper Ninja / AdSpoiler / LiveDune) | | |
| Охват сообщества в месяц (определяется с помощью сервиса Popsters / LiveDune) | | |
| Количество постов в месяц (определяется с помощью сервиса Popsters) | | |
| Количество лайков (определяется с помощью сервиса Popsters) | | |
| Количество репостов в месяц (определяется с помощью сервиса | | |

| | | |
|--|--|--|
| Popsters) | | |
| Вовлеченность аудитории за месяц (определяется с помощью сервиса Popsters) | | |
| Визуальное оформление сообщества | | |
| Обложка десктоп | | |
| Мобильная обложка | | |
| Миниатюра | | |
| Меню | | |
| Разделы | | |
| Виджеты | | |
| Описание | | |
| Контакты | | |
| Другое | | |

2. Опишите ключевые гипотезы (предположения) о том, для чего предназначен данный аккаунт с точки зрения пользователя. Необходимо описать 2-3 гипотезы.

Практическое задание 2.

Выполните контент-анализ выбранного сообщества и его ценность для ЦА.

1. Опишите основные типы контента, которые присутствуют в сообществе.
2. Выявите наиболее популярные темы, которые вызывают больший интерес у подписчиков.
3. Оцените уровень взаимодействия администрации сообщества с участниками – обратная связь, интерактивы, обновления и т.п.
4. Оцените степень уникальности контента в сообществе, наличие собственных идей контента.
5. Сделайте выводы относительно соответствия контента сообщества интересам целевой аудитории.

Практическое задание 3.

1. Для выбранного сообщества придумайте пример и пропишите вариант проведения для каждого типа конкурса:
 - a. Продвижение и популяризация бренда
 - b. Привлечение новых пользователей
 - c. Повышение лояльности
 - d. Рост продаж
2. Сформируйте подходящий промт и выполните это задание с помощью одной из доступных текстовых нейросетей: ChatGPT, YandexGPT, GigaChat
3. Сравните полученные результаты.

Критерии оценки практического задания

| | | |
|--|--------|---------------------|
| | оценка | Критерии оценивания |
|--|--------|---------------------|

| | | |
|-------------------|---------------------|---|
| Зачтен о | 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 специальных задач. |
| Не зачтен о | 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 |

2. Доклад-презентация

Подготовьте доклад-презентацию на основании представленного плана:

1. Выберите одну из организаций (это может быть место работы или любая другая организация). Проанализируйте деятельность организации, ее целевые группы. Составить портрет целевой аудитории. Для составления портрета целевой аудитории можно использовать одну из предложенных нейросетей: ChatGPT, YandexGPT, GigaChat
2. Сформулируйте цели SMM-продвижения выбранной организации.
3. Проанализируйте текущее состояние выбранного сообщества по схеме, представленной в Практическом задании № 1.
4. Вы можете также создать новое сообщество и оформить его согласно чек-листу из таблицы в Практическом задании №1 (рекомендуется выбрать данный вариант, если перед вами в перспективе стоит задача создания и продвижения сообщества).
5. Проанализируйте социальные сети конкурентов выбранной организации (с помощью сервисов JagaJam / AdSpoiler / LiveDune / Borgi).
6. **При помощи нейросетей:**
 - Подготовьте контент-план для выбранного / созданного сообщества (на месяц). Для выполнения задания можете выбрать одну из предложенных нейросетей или несколько и сравнить полученные результаты: ChatGPT, YandexGPT, GigaChat
 - Составьте список идей для историй / клипов сообщества. Подготовьте подробный сценарий 1-2 идей на твой выбор.
3. Создайте 3 материала самостоятельно: 2 текстовых формата (2 поста) и короткое видео (клип). Для генерации текста используйте ChatGPT, YandexGPT, GigaChat. Для создания изображений к постам можете использовать одну из предложенных нейросетей Midjourney, DALL-E, Kandinsky, для создания видео – Sora AI, HeyGen, Invideo, Runway.
4. Предложить возможные варианты продвижения сообщества.
5. 6. Подготовить презентацию и защитить стратегию.

Промежуточная аттестация представляет собой создание проекта, который включает в себя результаты практических и лекционных занятий.

Итоговая работа по курсу

В конце курса студентам необходимо создать и реализовать проект в рамках работы SMM-специалиста. Задачи, которые предстоит решить студентам:

1. Проанализировать деятельность организации (на выбор студента), ее целевые группы. Составить портрет целевой аудитории
2. Сформулировать цели SMM-продвижения
3. Проанализировать текущее состояние соцсетей заказчика (если они имеются), конкурентов и ЦА. Если организация не имеет социальных сетей, необходимо предложить подходящую площадку для продвижения.
4. С помощью нейросетей:
 - Подготовить предложения для визуального и текстового оформления социальных сетей;
 - Подготовить контент-план (на месяц)
 - Создать 3 контент-материала самостоятельно: 2 текстовых формата (2 поста) и короткое видео
5. Предложить возможные варианты продвижения сообщества
6. Подготовить презентацию и защитить стратегию

методы контроля и оценки результатов освоения модуля

| № п/п | Наименование процедуры | Основные показатели оценки | Формы и методы контроля и оценки |
|----------|--|---|-------------------------------------|
| 1 | Промежуточный контроль. Цифровые технологии в SMM | Владеет базовыми навыками создания и ведения сообществ в социальных сетях | Проект- презентация |

Критерии оценки

| Оценка | | Критерии оценивания |
|---------------|---------------------|---|
| Зачтено | отлично | Доклад и презентация логично структурированы, соответствуют изучаемой теме. Студент корректно отражает фактический, статистический материал и анализ рассматриваемых проблем. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Презентация отвечает критериям лаконичности, информативности, визуальной подачи материала. Студент способен выразить идею ясно, ответить на все возникающие вопросы, удерживать внимание и интерес аудитории |
| | хорошо | Доклад и презентация логично структурированы, соответствуют изучаемой теме, студент в целом отражает фактический и статистический материал, однако аналитические моменты выражены слабо. В докладе присутствуют необходимые ссылки на источники и литературу, используются достоверные источники информации. Презентация информативна, не перегружена текстовой информацией, удобна для восприятия слушателем. Студент способен выразить идею доклада в публичном выступлении, практически не испытывает трудности при ответе на вопросы |
| | удовлетворительно | Доклад и презентация в целом соответствуют изучаемой теме, но их структура не логична, не в полной мере раскрывает тему. Студент не делает соответствующих ссылок либо приводит ссылки, не соответствующие действительности, использует не подходящие теме или недостоверные источники информации. Презентация служит демонстрации содержания доклада, однако не в полной мере раскрывает его содержание, не является удобной для восприятия. Студент с трудом выражает свою мысль, сталкивается со сложностями при взаимодействии с аудиторией |
| Не зачтено | неудовлетворительно | Структура доклада и презентации не соответствуют заявленной теме, тема не раскрыта |

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ

4.1 Учебно-методическое и информационное обеспечение программы:

Для эффективного освоения компетенций, формируемых учебной дисциплиной важно использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий.

Изучение учебной дисциплины предполагает наличие аудиторной и самостоятельной видов работ слушателей. В ходе практических занятий рассматриваются практические задачи из практики с целью наиболее полного овладения умениями и навыками.

Лекции по учебной дисциплине призваны формировать знания, предусмотренные учебной программой, и включают теоретическую базу обработки данных, на базе которой строятся прикладные аспекты.

Наряду с проработкой основной литературы (глав базового учебника) предусмотрено самостоятельное чтение дополнительной литературы (статей и других научных публикаций).

Практические занятия в малых группах и самостоятельная внеаудиторная работа направлены на выработку навыков анализа данных.

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины реализуются следующие средства, способы и организационные мероприятия:

- изучение теоретического материала дисциплины на лекции с использованием компьютерных технологий;
- самостоятельное изучение теоретического материала дисциплины с использованием Internet-ресурсов, информационных баз, электронных библиотек, методических разработок, специальной и научной литературы;
- закрепление теоретического материала при проведении практических занятий с использованием учебного и научного оборудования, выполнения проблемно-ориентированных, поисковых, творческих заданий.

Самостоятельная работа слушателей включает:

1. Изучение учебной литературы по курсу.
2. Решение практических ситуаций и задач
3. Изучение источников управленческой информации
4. Работу с ресурсами Интернет
5. Решение практических ситуаций в виде творческих заданий
6. Изучение статистической информации
7. Подготовку к дифференцированному зачету.

4.2. Содержание комплекта учебно-методических материалов.

- Смолина, В.А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях : практ. Пособие / В.А. Смолина. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 252 с. - ISBN 978-5-9729-0259-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1053378>
- Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг : учебное пособие для вузов / Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 216 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17395-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533003>
- Твердохлебова, М. Д., Интернет-маркетинг : учебник / М. Д. Твердохлебова. — Москва : кнорус, 2023. — 190 с. — ISBN 978-5-406-11098-0. — URL: <https://book.ru/book/947409>
- Ильяхов, М. Ясно, понятно: как доносить мысли и убеждать людей с помощью слов : практическое руководство / М. Ильяхов. - Москва : Альпина Паблишер, 2021. - 448 с. - ISBN 978-5-9614-3582-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1841910>

- Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. И доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510958>
- Сенаторов, А. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях: Учебное пособие / Сенаторов А. - М.:Альпина Паблишер, 2016. - 153 с.: ISBN 978-5-9614-5526-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002559>

1.

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. <https://vk.com/>
2. <https://web.telegram.org/>
3. <https://ok.ru/>
4. <https://dzen.ru/>
5. <https://popsters.ru/>
6. <https://telemetr.me/>
7. <https://tgstat.ru/>
8. <https://socstat.ru/>
9. <https://smmplanner.com/>

4.3. Материально-технические условия реализации программы:

Материально-техническая база

| № п.п. | Наименование модуля (тем, разделов) | Материально-технические условия для реализации программ (наличие лабораторий, производственных участков и т.п. по профилю программы профессиональной переподготовки) |
|--------|--|--|
| 1 | Тема 1. Введение в SMM. SMM в контексте стратегии продвижения организации | Реализация дисциплины предполагает наличие: - аудиторий для лекционных и практических занятий с необходимым мультимедийным оборудованием; - операционная система MicrosoftWindows, пакет прикладных программ MicrosoftOffice. В ходе проведения занятий рекомендуется использовать компьютерные иллюстрации для поддержки различных видов занятий, подготовленные с использованием MicrosoftOffice или других средств визуализации материала. |
| 2 | Тема 2. Формирование стратегии продвижения для социальных сетей с использованием цифровых технологий | |
| 3. | Практические занятия (семинары) | |