

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»
Филологический факультет
Кафедра русской словесности и межкультурной коммуникации

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Цифровой маркетинг: SMM продвижение»

Направление подготовки: 42.04.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль): Пресс-служба в системе медиакоммуникаций

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Москва

Разработчик (и):

Щербаков А.В., к.филол.н., доцент кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации Гос. ИРЯ им. АС Пушкина

1. Цель освоения дисциплины

Целью дисциплины является овладение базовыми компетенциями профессиональной работы в области интегрированных коммуникаций и связей с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки **42.04.05 Медиакоммуникации**, программа «Пресс-служба в системе медиакоммуникаций» дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Цифровой маркетинг: SMM продвижение» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплины по выбору).

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

В процессе изучения дисциплины формируются следующие компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине		
		знать	уметь	владеть
УК-6. Адекватно определяет сферы и области саморазвития, образовательные перспективы	УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Специфику взаимодействия организации с внешней средой	Определять задачи для планирования деятельности в сфере связей с общественностью	Навыками оформления текстов, предназначенных для контрагентов
ПК-1. Способен определять и транслировать правовые и этические нормы, стандарты речевой культуры в профессиональной и социальной деятельности, организовывать и координировать работу медиаструктур	ПК-1.2. Координирует деятельность творческих работников, ИТ-специалистов, административный персонал и других специалистов, вовлеченных в процесс создания медиапроекта или медиапродукта	структуру, задачи и функции отдела по связям с общественностью; особенности работы; структуру, обязанности сотрудников отдела по связям с общественностью	Планировать и координировать деятельность подразделения по связям с общественностью с распределением обязанностей по направлениям работы	навыками распределения обязанностей и координации деятельности сотрудников PR-подразделения

	ПК-1.3. Осуществляет управленческий контроль за деятельностью медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	- системы сбора информации с целью расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации; особенности применения PR-	Умеет: использовать различные средства массовых коммуникаций, для воздействия на целевую аудиторию в культурно-просветительской и образовательной сферах	Навыками анализа деятельности и речевой продукции представителей пресс-служб различных организаций
		технологий в культурно-просветительской сфере, специфику подбора PR-технологий для осуществления коммуникационных взаимодействий с целевыми аудиториями		
ПК-2. Способен готовить материалы на актуальную тему для различных информационных ресурсов, готовить тексты для публичных выступлений, выступать публично на различных мероприятиях	ПК-2.2. Владеет навыками копирайтинга и рерайтинга; создает материалы разных видов и жанров для различных информационных ресурсов, в том числе с использованием мультимедийных элементов и инфографики	Основные технологии подготовки текстов разных видов и жанров для различных информационных ресурсов, в том числе с использованием мультимедийных элементов и инфографики	Применять способы подготовки текстов разных видов и жанров для различных информационных ресурсов, в том числе с использованием мультимедийных элементов и инфографики	Основными технологиями подготовки текстов разных видов и жанров для различных информационных ресурсов, в том числе с использованием мультимедийных элементов и инфографики

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	очная форма обучения	очная форма обучения
	<u>3</u> семестр	<u> </u> семестр
Общая трудоемкость по учебному плану (з.е.)	2 з.е.	
Количество часов по учебному плану (час.)	72 ч.	
Контактная работа (всего)	16	
в том числе в форме практической подготовки		
В том числе:		
Лекции	8	
Практические занятия	8	
Лабораторные работы		
Самостоятельная работа (всего)	54	

Курсовая работа (для ОПОП бакалавриата)		
Форма промежуточной аттестации — экзамен	2	

4.2. Структура и содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов дисциплины	Количество часов по учебному плану	Контактная работа (часы), из них			Самостоятельная работа	Форма промежуточной аттестации	Формы текущего контроля успеваемости	Код ИДК
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы				
	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма
Тема 1. Социальные сети: понятие, сущность, значение. История возникновения социальных сетей. Социальные сети для бизнеса. Причины ведения компаниями маркетинговой деятельности в социальных сетях. Особенности социальных сетей и тенденции их развития. Social Media Marketing (SMM). Факторы, влияющие на развитие SMM. Правовое поле SMM. Инструменты SMM.		2	2		12		УО	УК-6.2 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.2
Тема 2. Контент в социальных медиа. Особенности контента в социальных сетях. Визуальный контент и дизайн в социальных сетях. Продающий и вовлекающий контент в соцсетях. Позиционирование в социальных сетях. Рубрики и тайминг публикации контента. Креативная стратегия в социальных сетях. Метрики эффективности. Тенденции визуального контента. Видео как визуальная форма передачи информации. Полезные сервисы, создание несложной графики.		2	2		20		УО	УК-6.2 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.2
Тема 3. Продвижение в социальных сетях. Работа с репутацией Введение в комьюнити-менеджмент. Дискуссионный контент и его виды. Взаимодействие с аудиторией. Работа с лидерами		4	4		22		УО	УК-6.2 ПК-1.2 ПК-1.3 ПК-2.2

мнений. Организация активаций и конкурсов. Управление аудиторией в социальных медиа. Типы негатива и методы его обработки. Инструменты мониторинга. Скрытый и позитивный маркетинг								
Форма промежуточной аттестации – <i>зачет</i>		8	8		54	2		
Итого	72	8	8		54	2		

Примечание:

Условные обозначения форм контроля: УО – устный опрос, К – кейс, ПДР – письменная домашняя работа, КР – контрольная работа, Т – тест, Э - эссе

5. Образовательные технологии

При реализации дисциплины «PR в деятельности организации» применяются следующие образовательные технологии:

1. интерактивные лекции;
2. практические занятия;
3. информационно-коммуникационные технологии;
4. кейс-технологии;

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов теоретического курса, выполнение домашних работ, включающих:

1. подготовку презентаций;
2. написание эссе;
3. ПОЗ (кейсы) (разработка коммуникационных программ.
4. работа с учебной литературой.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Учебная и учебно-методическая литература, учебно-методические и другие материалы, необходимые для изучения дисциплины:

Основная литература

1. Бердников И.П. PR-Коммуникации (2-е изд.) [Электронный ресурс]: Практическое пособие / И.П. Бердников, А.Ф. Стрижова. — Электронные текстовые данные. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 208 с.
2. Бочаров М.П. PR в Интернете [Электронный ресурс]: web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 / М.П. Бочаров, М.В. Тишкова, А.Н. Чумиков. — Электронные текстовые данные. — М.: Альпина Паблишер, 2017. — 131 с.
3. Ермолова Наталия. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2013. - 357 с. - ISBN 978-5-9614-2280-1. <http://znanium.com/go.php?id=519251>
4. Романов Андрей Александрович. Разработка рекламного продукта [Электронный ресурс]: Учеб. пособие. - Москва ; Москва : Вузовский учебник : Издательский Дом "ИНФРА-М", 2010. - 256 с. - ISBN 978-5-9558-0124-7.

Дополнительная литература

1. Горкина М.Б. PR на 100%: Как стать хорошим менеджером по PR [Электронный ресурс] / М.Б. Горкина, А.А. Мамонтов, И.Б. Манн. — Электронные текстовые данные. — М.: Альпина Паблишер, 2016. — 240 с.
2. Гуров Ф. PR IT-компаний [Электронный ресурс]: российская практика / Ф. Гуров. — Электронные текстовые данные. — М.: Альпина Паблишер, 2016. — 141 с.
3. 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://new.znanium.com/catalog/product/1053378>

Ресурсы сети Интернет, необходимые для изучения дисциплины:

Таблица 10

Наименование	Ссылка на ресурс	Доступность (свободный доступ/ ограниченный доступ)
1	2	3
Информационно-справочные системы		
Библиографические базы данных по общественным наукам ИНИОН	http://inion.ru/	Свободный доступ
Открытая база данных статей в научных журналах крупнейших издательств, таких как Elsevier,	http://scienceresearch.com/scienceresearch/	Свободный доступ

Highwire, IEEE, Nature, Taylor & Francis и. т. д.		
mediascope.net	mediascope.net	Свободный доступ
Электронно-библиотечные системы		
ЭБС «ИНФРА-М»	http://znanium.com	Свободный доступ
ЭБС BOOK.ru Электронно-библиотечная система	https://www.book.ru	После регистрации с компьютера Института – доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет
Образовательная платформа Юрайт.	https://urait	После регистрации с компьютера Института – доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.
Научная электронная библиотека РИНЦ	https://elibrary.ru/	Свободный доступ
Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»	https://cyberleninka.ru/	Свободный доступ
Профессиональные базы данных		
Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ – русский язык для всех	http://gramota.ru/	Свободный доступ
Официальный сайт научно-практического журнала. «Корпоративная имиджелогия» – URL: [Электронный ресурс] -	http://www.ci-journal.ru/article/70/200701polit_image	Свободный доступ
. Профессиональный PR-портал SOVETNIK.RU.	http://sovetnik.ru	Свободный доступ

-

6.5. Содержание самостоятельной работы

1. Социальные сети: понятие, сущность, значение

Вопросы для самостоятельной работы:

1. История возникновения социальных сетей.
2. Социальные сети для бизнеса.
3. Причины ведения компаниями маркетинговой деятельности в социальных сетях.
4. Особенности социальных сетей и тенденции их развития.
5. Social Media Marketing (SMM). Факторы, влияющие на развитие SMM.

Задания для самостоятельной работы:

1. Правовое поле SMM.
2. Инструменты SMM.

1. Контент в социальных медиа

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Особенности контента в социальных сетях.
2. Визуальный контент и дизайн в социальных сетях
3. Продающий и вовлекающий контент в соцсетях.
4. Позиционирование в социальных сетях.

Задания для самостоятельной работы:

1. Рубрики и тайминг публикации контента.
2. Креативная стратегия в социальных сетях. Метрики эффективности.
3. Полезные сервисы, создание несложной графики.

2. Продвижение в социальных сетях

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Основы таргетированной рекламы. Форматы присутствия.
2. Типы позиционирования ВКонтакте. Оформление сообщества и контент.
3. Таргетированная реклама.
4. Продвигаемые публикации, реклама в сообществах. Аналитика соцсети, чек-лист профиля, форматы контента.

Задания для самостоятельной работы:

1. Платные и бесплатные инструменты продвижения.

7. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Оценка качества учебных достижений обучающихся по дисциплине осуществляется в виде текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

7.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости учитывает следующие виды текущей аттестации: выполнение обучающимся всех видов контрольных мероприятий, предусмотренных рабочей программой дисциплины, и самостоятельную работу обучающегося. Все формы текущего контроля и активность участия студентов в практических и (или) лабораторных занятиях, критерии их оценивания представлены в рабочей программе дисциплины, технологической карте и фонде оценочных материалов (Приложения 1-2).

7.1.1. Тематика и требования к структуре и содержанию докладов

Не предусмотрены

7.1.2. Тематика и требования к структуре и содержанию эссе

Примерная тематика эссе:

Не предусмотрено

7.1.3. Тематика и требования к структуре и содержанию рефератов

Не предусмотрено

7.1.4. Требования к выполнению контрольных работ

Не предусмотрено

7.1.5. Требования к выполнению тестов

Не предусмотрено

7.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине обеспечивает оценку степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения по дисциплине.

7.2.2. Примерные вопросы для подготовки к зачету:

1. История возникновения социальных сетей.
2. Социальные сети для бизнеса.
3. Причины ведения компаниями маркетинговой деятельности в социальных сетях. Особенности социальных сетей и тенденции их развития.
4. Social Media Marketing (SMM). Факторы, влияющие на развитие SMM. Правовое поле SMM. Инструменты SMM.
5. Особенности контента в социальных сетях.
6. Визуальный контент и дизайн в социальных сетях

7. Продающий и вовлекающий контент в соцсетях.
8. Позиционирование в социальных сетях.
9. Рубрики и тайминг публикации контента.
10. Креативная стратегия в социальных сетях. Метрики эффективности.
11. Тенденции визуального контента.
12. Видео как визуальная форма передачи информации.
13. Продвижение во ВКонтакте
14. Продвижение в Instagram
15. Продвижение в Одноклассниках
16. Типы позиционирования ВКонтакте. Оформление сообщества и контент.
17. Платные и бесплатные инструменты продвижения в Одноклассниках.
18. Работа с репутацией. Дискуссионный контент и его виды.
19. Взаимодействие с аудиторией.
20. Работа с лидерами мнений.

7.2.3. Примерное задание к зачету:

Не предусмотрено

7.2.4. Критерии и шкала результатов обучения по дисциплине

Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине при проведении промежуточной аттестации:

Код и наименование компетенции. Код ИДК	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		«не зачтено»	«зачтено»		
УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Знать: Специфику взаимодействия организации с внешней средой Уметь определять задачи для планирования деятельности в сфере связей с общественностью Владеть навыками оформления текстов, предназначенных для контрагентов	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «удовлетворительно»	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «хорошо».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
ПК-1.2. Координирует деятельность творческих работников, ИТ-специалистов, административный персонал и других специалистов, вовлеченных в процесс создания медиапроекта или медиапродукта	Знать структуру, задачи и функции отдела по связям с общественностью; особенности работы; структуру, обязанности сотрудников отдела по связям с общественностью Уметь планировать и координировать деятельность подразделения по связям с общественностью с распределением обязанностей по направлениям работы	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «удовлетворительно»	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «хорошо».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».

	Владеть навыками распределения обязанностей и координации деятельности сотрудников PR-подразделения				
ПК-1.3. Осуществляет управленческий контроль за деятельностью медиапредприятия, медиаструктуры, медиапроекта	Знать системы сбора информации с целью расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации; особенности применения PR-технологий в культурно-просветительской сфере, специфику подбора PR-технологий для осуществления коммуникационных взаимодействий с целевыми аудиториями Умеет: использовать различные средства массовых коммуникаций, для воздействия на целевую аудиторию в культурно-просветительской и образовательной сферах Владет навыками анализа деятельности и речевой продукции представителей пресс-служб различных организаций	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «удовлетворительно»	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «хорошо».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
ПК-2.2. Владеет навыками копирайтинга и рерайтинга; создает материалы разных видов и жанров для различных информационных ресурсов, в том числе с использованием мультимедийных элементов и инфографики	Знать основные технологии подготовки текстов разных видов и жанров для различных информационных ресурсов, в том числе с использованием мультимедийных элементов и инфографики. Уметь: применять способы подготовки текстов разных видов и жанров для различных информационных ресурсов, в том числе с использованием мультимедийных элементов и инфографики Владеть основными технологиями подготовки текстов разных видов и жанров для различных информационных ресурсов, в том числе с использованием	Хотя бы одна категория ЗУВ сформирована на уровне «неудовлетворительно».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «удовлетворительно»	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна категория сформирована на уровне «хорошо».	Все категории ЗУВ, на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».

	мультимедийных элементов инфографики	и				
--	--	---	--	--	--	--

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещение для проведения занятий лекционного типа на 100 посадочных мест укомплектовано: электронной трибуной с компьютером и стационарным сенсорным экраном, звуковой системой, экраном, 2 камерами для трансляции веб-присутствия.

Помещение для проведения занятий семинарского типа, проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектовано: компьютером, интерактивной доской, мультимедиа проектором, звуковой системой.

Помещение для самостоятельной работы оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО «Гос. ИРЯ им. А.С. Пушкина».

Наименование и оснащённость специальных помещений

Перечень лицензионного программного обеспечения

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Специализированная учебная мебель:

- ☐ Столы – 10 шт.
- ☐ Стулья – 21 шт.
- ☐ Стол преп. – 1 шт.

Персональный компьютер – 1 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Проектор – 1 шт.

Интерактивная доска – 1 шт.

Комплект свободно распространяемого и лицензионного программного обеспечения: Microsoft Windows 10, Microsoft Office 2016 стандартная, Big Blue Button

