

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 27.10.2023 09:33:25
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Российский университет дружбы народов
имени Патриса Лумумбы»**

Филологический факультет

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Ведение и продвижение аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/ специальности:

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/ специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

Реклама и связи с общественностью в цифровой среде

2023 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: приобретение новых компетенций и практических навыков для профессиональной деятельности, направленной на управления репутацией бренда, личности, организации, создание комплекса маркетинговых мероприятий при работах с социальными сетями, анализ тематики площадок в социальных медиа, разработку методов и способов привлечения пользователей в интернет-сообщество.

Задачи дисциплины:

- Владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
- Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.
- Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Ведение и продвижение аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
ПК-2	Способен владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	ПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
ПК-3	Способен осуществлять организационные, координационные, контролируемые обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития рекламного и/или PR-агентства	ПК-3.1. Планировать деятельность рекламного и/или PR-агентства (подразделения) на временную перспективу

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Ведение и продвижение аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах» относится к обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Ведение и продвижение аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-2	Способен владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами		Управление рекламным агентством и связями с общественностью; Учебно-ознакомительная практика; Преддипломная практика; Выпускная квалификационная работа магистра
ПК-3	Способен осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития рекламного и/или PR-агентства		Управление рекламным агентством и связями с общественностью; Professional workshop / Профессиональный воркшоп; Поисковая оптимизация сайтов в сети Интернет; Продажи и настройка CRM-систем в сети Интернет; Взаимодействие со СМИ; Управление предприятием в инфокоммуникациях; Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью; Учебно-ознакомительная практика; Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; Выпускная квалификационная работа магистра

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Ведение и продвижение аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах» составляет 4 зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	108	108			
Лекции (ЛК)		17			
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)		17			
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.		36			
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.		36			
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108			
	зач.ед.	3			

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы
Ведение аккаунтов в социальных медиа	<ol style="list-style-type: none"> Актуальность ведения аккаунтов в социальных медиа Терминология – аккаунты, сети, медиа, блоги, мессенджеры, хостинги и другие 	ЛК, СЗ
Стратегия ведения и продвижения аккаунтов	<ol style="list-style-type: none"> Сегментация рынка, особенности продвижения бренда, небольшой компании или эксперта Декомпозиция маркетинговых или коммуникационных стратегий, место SMM в достижении общего результата Изучение целевой аудитории Анализ конкурентов Выбор площадки и форматов ведения Определения тональности и ролевой модели коммуникации 	ЛК, СЗ
Оформление аккаунтов (создание и обновление)	<ol style="list-style-type: none"> Название и позиционирование Визуальное и техническое оформление 	ЛК, СЗ
Создание и публикация контента	<ol style="list-style-type: none"> Организация процессов создания и публикации контента Модели потребления контента и создание контента под каждую модель Типы контента (help, hab, hero) и стратегия их совмещения 	ЛК, СЗ

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы
Создание сообщества	1. Целесообразность создания сообщества подписчиков 2. Персонализация коммуникации 3. Вовлекающие активности 4. Сегментация аудитории 5. Работа с негативом	ЛК, СЗ
Продвижение аккаунтов	1. Первичное привлечение 2. Рекламные инструменты 3. Контроль продвижения	ЛК, СЗ
Контроль и коррекция стратегии продвижения	1. Результатные КРІ 2. Процессные КРІ 3. Обновление стратегии	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций	
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в количестве 18 шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	

Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	
--	--	--

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается

ОБЯЗАТЕЛЬНО!

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

Контент, маркетинг и рок-н-ролл / [Каплунов Денис]; 2021. – 346 с.

1. E-mail маркетинг. Исчерпывающее руководство / [Кот Дмитрий]; 2014. – 83 с.
2. Маркетинг 4.0. / [Котлер Филипп]; 2019. – 104 с.
3. Remote. Офис не обязателен / [Джейсон Фрайд]; 2021. – 160 с.
4. Пиши, сокращай / [Максим Ильяхов]; 2023. – 440 с.
5. Васильев, Г. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 'Маркетинг', 080301 'Коммерция (торговое дело)' / Г. А.
6. Васильев, Д. А. Забегалин. - М.: ЮНИТИДАНА, 2012. <http://znanium.com/catalog/product/396213>
7. Интернет-реклама: Учебное пособие / А.А. Годин, А.М. Годин, В.М. Комаров. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. <http://znanium.com/catalog/product/337799>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН

<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru
- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации
<http://docs.cntd.ru/>
- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/> - поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS
<http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Электронный курс по дисциплине «Ведение и продвижение аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах» в системе РУДН ТУИС.

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Ведение и продвижение аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.


РАЗРАБОТЧИКИ:

		Меньшиков С.И.
Должность, БУП	Подпись	Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой массовых коммуникаций		Барабаш В.В.
Наименование БУП	Подпись	Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Доцент кафедры массовых коммуникаций		Яблонских А.В.
Наименование БУП	Подпись	Фамилия И.О.

