

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 31.05.2024 12:23:09
Уникальный программный ключ:
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**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

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Ведение и продвижение аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах» входит в программу магистратуры «Реклама и связи с общественностью в цифровой среде» по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра массовых коммуникаций. Дисциплина состоит из 7 разделов и 24 тем и направлена на изучение следующих задач: 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.

Целью освоения дисциплины является 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.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Ведение и продвижение аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части 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 блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования 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		Преддипломная практика; Учебно-ознакомительная практика; Практическая работа с аудиовизуальным контентом;
ПК-3	Способен осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития рекламного и/или PR-агентства		Практическая работа с аудиовизуальным контентом; <i>Организация работы агентства рекламы и связей с общественностью**</i> ; <i>Взаимодействие со СМИ**</i> ; Продажи и настройка CRM-систем в сети Интернет; Поисковая оптимизация сайтов в сети Интернет; Professional workshop; <i>Управление предприятием в инфокоммуникациях**</i> ; Учебно-ознакомительная практика; Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика;

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Ведение и продвижение аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			1
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	38		38
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	36		36
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Ведение аккаунтов в социальных медиа.	1.1	Актуальность ведения аккаунтов в социальных медиа.	ЛК, СЗ
		1.2	Терминология – аккаунты, сети, медиа, блоги, мессенджеры, хостинги и другие.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Стратегия ведения и продвижения аккаунтов.	2.1	Сегментация рынка, особенности продвижения бренда, небольшой компании или эксперта.	ЛК, СЗ
		2.2	Декомпозиция маркетинговых или коммуникационных стратегий, место SMM в достижении общего результата.	ЛК, СЗ
		2.3	Изучение целевой аудитории.	ЛК, СЗ
		2.4	Анализ конкурентов.	ЛК, СЗ
		2.5	Выбор площадки и форматов ведения.	ЛК, СЗ
		2.6	Определения тональности и ролевой модели коммуникации.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Оформление аккаунтов (создание и обновление).	3.1	Название и позиционирование.	ЛК, СЗ
		3.2	Визуальное и техническое оформление.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Создание и публикация контента.	4.1	Организация процессов создания и публикации контента.	ЛК, СЗ
		4.2	Модели потребления контента и создание контента под каждую модель.	ЛК, СЗ
		4.3	Типы контента (help, hab, hero) и стратегия их совмещения.	ЛК, СЗ
Раздел 5	Создание сообщества.	5.1	Целесообразность создания сообщества подписчиков.	ЛК, СЗ
		5.2	Персонализация коммуникации.	ЛК, СЗ
		5.3	Вовлекающие активности.	ЛК, СЗ
		5.4	Сегментация аудитории.	ЛК, СЗ
		5.5	Работа с негативом.	ЛК, СЗ
Раздел 6	Продвижение аккаунтов.	6.1	Первичное привлечение.	ЛК, СЗ
		6.2	Рекламные инструменты.	ЛК, СЗ
		6.3	Контроль продвижения.	ЛК, СЗ
Раздел 7	Контроль и коррекция стратегии продвижения.	7.1	Результатные KPI.	ЛК, СЗ
		7.2	Процессные KPI.	ЛК, СЗ
		7.3	Обновление стратегии.	ЛК, СЗ

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

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	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:

1. Контент, маркетинг и рок-н-ролл / [Каплунов Денис]; 2021. – 346 с.
2. E-mail маркетинг. Исчерпывающее руководство / [Кот Дмитрий]; 2014. – 83 с.
3. Маркетинг 4.0. / [Котлер Филипп]; 2019. – 104 с.
4. Remote. Офис не обязателен / [Джейсон Фрайд]; 2021. – 160 с.
5. Пиши, сокращай / [Максим Ильяхов]; 2023. – 440 с.
6. 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.

Дополнительная литература:

1. Васильев, Д. А. Забегалин. - М.: ЮНИТИДАНА, 2012.
<http://znanium.com/catalog/product/396213>

2. 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 «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. Курс лекций по дисциплине «Ведение и продвижение аккаунтов в социальных сетях и мессенджерах».

* - 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.

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Бурдовская Елена

Юрьевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Барабаш Виктор

Владимирович

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.