

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП

Е.В. Лазуткина
«04» апреля 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой журналистики и
медиакommunikаций

Г.С. Белолипская
«04» апреля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Составитель

Лазуткина Е.В., к. филол. н., доцент кафедры
журналистики и медиакommunikаций

Согласовано с работодателями:

Нечаев А.Н., генеральный директор АНО
«Издательский дом “Каспий”», председатель
Астраханского регионального отделения Со-
юза журналистов России

Стародубова О.В., заместитель начальника
Управления связи, главный редактор
корпоративного СМИ «Наше время»
ООО «Газпром добыча Астрахань»

Направление подготовки

42.03.05 МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

Направленность (профиль) ОПОП

Квалификация (степень)

бакалавр

Форма обучения

очная

Год приема

2024

Курс

2

Семестр

4

Астрахань, 2024 г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель освоения дисциплины «Маркетинг социальных медиа» – изучение теоретических подходов и практических навыков управления маркетингом в социальных медиа.

1.2. Задачи освоения дисциплины:

- рассмотреть современные модели развития и функционирования социальных медиа;
- изучить опыт применения инструментов планирования и оценки маркетинга в социальных медиа;
- проанализировать отечественную и зарубежную практику маркетинга в социальных медиа.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина (модуль) «Маркетинг социальных медиа» относится к элективным дисциплинам (модулям) и реализуется в 4 семестре. Дисциплина «Маркетинг социальных медиа» является продолжением освоения профессиональных дисциплин, успешного прохождения практики и дальнейшего выполнения итоговой научно-исследовательской работы.

2.2. Для изучения данной учебной дисциплины (модуля) необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

- «Социология массовой коммуникации»

Знания: знать основные понятия и базовые принципы науки об обществе и социальной действительности.

Умения: умение сортировать, кодировать и систематизировать социальные знания, определять подход к изучению социологической проблемы, анализировать социальную ситуацию, выделять скрытые причины событий.

Навыки: аналитические навыки, в том числе умение выделять проблему и ее компоненты, методологические навыки, в том числе навыки методологических исследований.

- «Проектирование медиапродукта»

Знания: основные технологии, инструменты, методы, применяемые в медиапроектировании; различные виды и типы инструментов;

Умения: применять полученные знания в профессиональной и практической деятельности, понимать, каким образом конструируются инструменты медиапроектирования;

Навыки: выбора инструментов, подстройки медиапроектов к особенностям медиасистемы, в которой они функционируют.

2.3. Знания, умения и навыки, формируемые данной учебной дисциплиной, могут быть востребованы при прохождении учебной, производственной, преддипломных практик и при написании выпускной квалификационной работы.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

- а) универсальных (УК): –
- б) общепрофессиональных (ОПК):
- в) профессиональных (ПК): ПК-1; ПК-4

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты освоения дисциплины		
		Знать	Уметь	Владеть
ПК-1	Способен создавать	Знает специфику со-	Предлагает творческие	Создает мультиме-

	мультимедийный контент для различных субъектов социальной и экономической деятельности с учетом их специфики и имеющегося мирового и отечественного опыта	здания мультимедийный контент для различных субъектов социальной и экономической деятельности с учетом их специфики и имеющегося мирового и отечественного опыта	решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере медиакоммуникаций	дейный контент для различных субъектов социальной и экономической деятельности с учетом их специфики и имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК-4.	Способен продвигать мультимедийный контент путем взаимодействия с различными социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов и платформ	Знает способы распространения мультимедийного контента для дальнейшего доведения её до аудитории	Создает, обрабатывает, компонуется информацию в различных средах и на различных носителях и платформах	Владеет навыками распространения информации в различных средах и на различных носителях и платформах

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины в соответствии с учебным планом составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

Трудоемкость отдельных видов учебной работы студентов очной форм обучения приведена в таблице 2.1.

Таблица 2.1. Трудоемкость отдельных видов учебной работы по формам обучения

Вид учебной и внеучебной работы	для очной формы обучения	
Объем дисциплины в зачетных единицах	2	
Объем дисциплины в академических часах	72	
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего), в том числе (час.):	36	
- занятия лекционного типа	18	
- занятия семинарского типа (семинары, практические)	18	
- консультация (предэкзаменационная)		
- промежуточная аттестация по дисциплине		
Самостоятельная работа обучающихся (час.)	36	
Форма промежуточной аттестации обучающегося (зачет/экзамен)	Зачет	

**Таблица 2.
Структура и содержание дисциплины (модуля)**

Раздел, тема дисциплины	Контактная работа, час.	СР,	≡	Форма
-------------------------	-------------------------	-----	---	-------

(модуля)	Л		ПЗ		ЛР		КР / КП	час.		текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
	Л	в т.ч. ПП	ПЗ	в т.ч. ПП	ЛР	в т.ч. ПП				
Тема 1. Маркетинг социальных медиа: понятие, инструментов, функций	2		2					4	8	Устный опрос, семинар
Тема 2. Характеристика социальных сетей как маркетинговой площадки	2		2					4	8	Устный опрос, семинар
Тема 3. Теория и психология пользовательского поведения в социальных медиа	2		2					4	8	Устный опрос, семинар
Тема 4. Стратегии и инструменты маркетинга в социальных медиа	2		2					4	8	Устный опрос, семинар
Тема 5. Стратегии и инструментов мобильного маркетинга	2		2					4	8	Устный опрос, семинар
Тема 6. Стратегии и инструменты маркетинга: Youtube, Pinterest и др.	2		2					4	8	Устный опрос, семинар
Тема 7. Системы мониторинга и аналитики маркетинга в социальных медиа.	2		2					4	8	Устный опрос, семинар
Тема 8. Технологии и модели оценки эффективности кампаний в социальных сетях.	2		2					4	8	Устный опрос, семинар
Контроль промежуточной аттестации										Зачет
ИТОГО за семестр:	18		18					36	72	

Условные обозначения:

Л – занятия лекционного типа; ПЗ – практические занятия, ЛР – лабораторные работы;

КР – курсовая работа; СР – самостоятельная работа по отдельным темам

Таблица 3. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций

Темы, разделы дисциплины	Кол-во часов	Компетенции								общее количество компетенций
		ПК-1	ПК-4							
Тема 1	8	+	+							2
Тема 2	8	+	+							2
Тема 3	8	+	+							2
Тема 4	8	+	+							2

Тема 5	8	+	+							2
Тема 6	8	+	+							2
Тема 7	8	+	+							2
Тема 8	8	+	+							2
Экзамен		+	+							2
Итого	72	+	+							

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

Тема 1. Маркетинг социальных медиа: понятие, инструментарий, функции

Основные понятия маркетинга социальных медиа

Виды инструментария

Функции маркетинга социальных медиа

Тема 2. Характеристика социальных сетей как маркетинговой площадки

Данные российских и зарубежных исследовательских компаний

Методы изучения

Виды измерений

Тема 3. Теория и психология пользовательского поведения в социальных медиа

Портрет целевой аудитории

Пользовательское поведение и опыт как основа планирования кампаний в социальных сетях

Тема 4. Стратегии и инструменты маркетинга в социальных медиа

Стратегии в различных социальных медиа

Возможности ВК

Тема 5. Стратегии и инструментарий мобильного маркетинга

Типы мессенджеров

Стратегии продвижения в мессенджерах.

Тема 6. Стратегии и инструменты маркетинга: Youtube, Pinterest и др.

Блогеры

Селебритис

Маркетинг влияния

Инструменты продвижения на различных интернет-площадках

Тема 7. Системы мониторинга и аналитики маркетинга в социальных медиа

Конверсия в социальных медиа.

Лидогенерация в социальных медиа

Тема 8. Технологии и модели оценки эффективности кампаний в социальных сетях

Технологии и модели оценки эффективности кампаний в социальных сетях

Показатели оценки эффективности маркетинга в социальных сетях

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)

При подготовке к лекции, семинарским занятиям, выполнение самостоятельных работ необходимо воспользоваться системой «Электронное образование»:

<https://moodle.asu.edu.ru/course/view.php?id=832>

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию начинается с тщательного ознакомления с условиями предстоящей работы, т. е. с обращения к вопросам семинарских занятий. Определившись с проблемой, следует обратиться к рекомендуемой литературе. При подготовке к практическому (семинарскому) занятию обязательно требуется изучение дополнительной литературы по теме занятия. Без использования нескольких источников информации невозможно проведение дискуссии на занятиях, обоснование собственной позиции, построение аргументации.

Если обсуждаемый аспект носит дискуссионный характер, следует изучить существующие точки зрения и выбрать тот подход, который вам кажется наиболее верным. При этом следует учитывать необходимость обязательной аргументации собственной позиции. Во время практических занятий рекомендуется активно участвовать в обсуждении рассматриваемой темы, выступать с подготовленными заранее докладами и презентациями, принимать участие в выполнении практических заданий.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важной формой организации учебного процесса: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем: - внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; - узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану); - ознакомьтесь с учебным материалом по учебным пособиям; - постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке; - запишите возможные вопросы, которые вы зададите преподавателю на лекции. Во время лекции рекомендуется составлять конспект, фиксирующий основные положения лекции и ключевые определения по пройденной теме. К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по дисциплине.

В самом начале учебного курса студенту следует познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебными пособиями по дисциплине;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у студента должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях, семинарских занятиях и в процессе самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета, экзамена.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Методические указания предназначены для рационального распределения времени обучающегося по видам самостоятельной работы и разделам, темам дисциплины (модуля). Они составляются на основе сведений о трудоёмкости дисциплины (модуля), её содержании, видах работы по её изучению и т. д. В раздел включаются рекомендации для обучающихся по изучению дисциплины (модуля) или её отдельных тематических разделов, по организации их аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы: подготовке к учебным занятиям и работе на учебных занятиях, подготовке к различным формам контроля, работе с источниками

информации, выполнению практических заданий и т. д. Приводятся вопросы и задания для самостоятельной работы обучающихся, материалы, необходимые для подготовки к учебным занятиям.

Таблица 4. Содержание самостоятельной работы обучающихся

Темы/вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов	Формы работы
Тема 1. Особенности развития маркетинга в блогосфере Рунета	4	Составление конспекта
Тема 2. Статистика аудитории Рунета: общая характеристика пользователей, аудитория интернет-СМИ, блогов, соц. сетей (исследования «Яндекс», ФОМ и др.)	4	Составление конспекта
Тема 3. Поиск экспертов. Особенности коммуникации с экспертами	4	Составление конспекта
Тема 4. Биржи ссылок (примеры)	4	Составление конспекта
Тема 5. Проблема удобочитаемости публикаций в социальных сетях	4	Составление конспекта
Тема 6. Статистика запросов «Яндекса» (примеры)	4	Составление конспекта
Тема 7. Виды рекламы в социальных сетях	4	Составление конспекта
Тема 8. Новые направления монетизации в социальных сетях	4	Составление конспекта

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины, выполняемые обучающимися самостоятельно.

Методические рекомендации по выполнению практических заданий

Практические (творческие) задания как форма самостоятельной работы, представляют подготовку самостоятельного развернутого ответа по конкретной теме или вопросу. Задания преподаватель предлагает специально для каждой группы, с учетом профиля, по которому группа специализируется и потенциала группы. В ходе выполнения творческих заданий студенты работают индивидуально и в группах, что способствует развитию, как личной творческой инициативы, так и умению работать в команде. Таким образом, развитие и формирование компетенций в курсе будет способствовать эффективности профессиональной деятельности.

Методические рекомендации по выполнению контрольных работ, проведению экзамена

Контрольные работы

Контрольная работа состоит из 2-х заданий. Основаниями для снижения оценки за задание являются:

- ошибки в объяснениях и комментариях при верно выполненном задании;
- неполный ответ для теоретических заданий;
- небрежное выполнение;
- многократное переписывание контрольной работы.

Задание не может быть засчитано, если:

- даны два неверных ответа на теоретические вопросы.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки бакалавров в рамках изучения дисциплины предусмотрено использование в учебном процессе следующих активных и интерактивных форм проведения занятий:

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. Маркетинг социальных медиа: понятие, инструментарий, функции	Обзорная лекция	Творческое задание	Не предусмотрено
Тема 2. Характеристика социальных сетей как маркетинговой площадки	Обзорная лекция	Творческое задание	Не предусмотрено
Тема 3. Теория и психология пользовательского поведения в социальных медиа	Обзорная лекция	Творческое задание	Не предусмотрено
Тема 4. Стратегии и инструменты маркетинга в социальных медиа	Обзорная лекция	Творческое задание	Не предусмотрено
Тема 5. Стратегии и инструментарий мобильного маркетинга	Обзорная лекция	Творческое задание	Не предусмотрено
Тема 6. Стратегии и инструменты маркетинга: Youtube, Pinterest и др.	Обзорная лекция	Творческое задание	Не предусмотрено
Тема 7. Системы мониторинга и аналитики маркетинга в социальных медиа.	Обзорная лекция	Творческое задание	Не предусмотрено
Тема 8. Технологии и модели оценки эффективности кампаний в социальных сетях.	Обзорная лекция	Творческое задание	Не предусмотрено

В случае необходимости учебные занятия по дисциплине (модулю) могут проводиться с применением информационно-телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) интерактивном взаимодействии обучающихся и преподавателя в режимах online и (или) offline в формах видеоконференции, собеседования в режиме форума, чата, выполнения виртуальных практических и (или) лабораторных работ и др.

6.2. Информационные технологии

- использование электронных учебников и различных сайтов (например, электронные библиотеки, журналы и т.д.) как источник информации;
- использование интерактивных средств взаимодействия участников образовательного процесса (технологии дистанционного или открытого обучения в глобальной сети (веб-конференции, форумы, учебно-методические материалы и др.));
- использование средств представления учебной информации (электронных учебных пособий и практикумов, применение новых технологий для проведения очных (традиционных) лекций и семинаров с использованием презентаций и т.д.);

- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование»).

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

1. Браузер – Google Chrome, Opera,
2. Операционная система – Windows 10,
3. Офисная программа – MS Office 2013,
4. Программа для просмотра электронных документов – Adobe Reader.
5. Платформа дистанционного обучения LMS Moodle «Электронное образование».

6.3.2. Современные профессиональные базы данных, информационные справочные системы

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru/catalog/>
2. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на электронной платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств

Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
Тема 1. Маркетинг социальных медиа: понятие, инструментарий, функции	ПК-1; ПК-4.	Устный опрос Практическое задание
Тема 2. Характеристика социальных сетей как маркетинговой площадки	ПК-1; ПК-4.	Устный опрос Практическое задание
Тема 3. Теория и психология пользовательского поведения в социальных медиа	ПК-1; ПК-4.	Устный опрос Практическое задание
Тема 4. Стратегии и инструменты маркетинга в социальных медиа	ПК-1; ПК-4.	Устный опрос Практическое задание Контрольная работа
Тема 5. Стратегии и инструментарий мобильного маркетинга	ПК-1; ПК-4.	Устный опрос Практическое задание
Тема 6. Стратегии и инструменты маркетинга: Youtube, Pinterest и др.	ПК-1; ПК-4.	Устный опрос Практическое задание

Тема 7. Системы мониторинга и аналитики маркетинга в социальных медиа.	ПК-1; ПК-4.	Устный опрос Практическое задание
Тема 8. Технологии и модели оценки эффективности кампаний в социальных сетях.	ПК-1; ПК-4.	Устный опрос Практическое задание

7.2 Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 7.
Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4 «хорошо»	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8.
Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, не способен применить знание теоретического материала при выполнении заданий, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание при подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

7.3. Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Вопросы к устным ответам по всему курсу

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.
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
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.

Примерные практические задания по всему курсу

1. Анализ практики. Темы:
Исследование социальных сетей Nielsen, comScore.
Портрет ЦА
Стратегии в ВКонтакте,
Стратегии продвижения в мессенджерах.
Блогеры, селебритис, маркетинг влияния и другие инструменты продвижения
Конверсия и лидогенерация в социальных медиа.
Показатели оценки эффективности маркетинга в социальных сетях.
2. 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.

Перечень вопросов к зачету по всему курсу

1. Основные понятия маркетинга социальных медиа
2. Виды инструментария
3. Функции маркетинга социальных медиа
4. Данные российских и зарубежных исследовательских компаний
5. Методы изучения
6. Виды измерений
7. Портрет целевой аудитории
8. Пользовательское поведение и опыт как основа планирования кампаний в социальных сетях
9. Стратегии в различных социальных медиа
10. Возможности ВК
11. Типы мессенджеров
12. Стратегии продвижения в мессенджерах.
13. Инструменты продвижения на различных интернет-площадках
14. Лидогенерация в социальных медиа
15. Технологии и модели оценки эффективности кампаний в социальных сетях
16. Показатели оценки эффективности маркетинга в социальных сетях

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (модулю) (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины (модуля), и в Центре мониторинга и аудита качества обучения.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка достижений студентов строится на основе системы БАРС (Приказ ректора от 13.01.2014 г. № 08-01-01/08).

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий/баллы	Максимальное количество баллов	Срок предоставления
Основной блок				
1.	Выступления на семинарских занятиях	8/5	40	По расписанию
2.	Практические работы	8/5	40	По расписанию
3	Контрольные работы	2/5	10	По расписанию
	Всего		90	
Блок бонусов				
6.	Своевременное выполнение заданий		5	
7.	Креативный подход		5	
	Всего		10	

Итого	100	
--------------	------------	--

Таблица 11. – Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Балл
Опоздание на занятие	2
Нарушение учебной дисциплины	5
Неготовность к занятию	5
Пропуск занятия без уважительной причины	5

Таблица 12. – Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

Сумма баллов	Оценка по 4-балльной шкале	
90–100	5 (отлично)	Зачтено
85–89	4 (хорошо)	
75–84		
70–74		
65–69	3 (удовлетворительно)	
60–64		
Ниже 60	2 (неудовлетворительно)	Не зачтено

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1. Основная литература

1. Амзин, А. А. Новостная интернет-журналистика: доп. УМО по классич. унив. образованию в качестве учеб. пособия для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Журналистика». – 2-е изд. ; испр. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2012. – 144 с. – ISBN 978-5-7567-0651-2: УЧ-9; ЧЗ-1. – 10 экз.

2. Уланова М.А., Интернет-журналистика: Практическое руководство [Электронный ресурс] / Уланова М.А. – М.: Аспект Пресс, 2017. - 238 с. – ISBN 978-5-7567-0878-3 – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708783.html>

3. Лукина М.М., Интернет-СМИ: Теория и практика [Электронный ресурс]: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М.М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2013. - 348 с. – ISBN 978-5-7567-0542-3 – Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705423.html>

8.2. Дополнительная литература

1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика: учеб. пособ. для бакалавриата и магистратуры. Доп. УМО высшего образования в качестве учеб. пособ. для студентов вузов ... по гуманитарным направлениям и специальностям. - М.: Юрайт, 2017. – 269 с. – (Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-9916-3737-4; 576-73: 576-73. – 10 экз.

2. Интернет-СМИ: Теория и практика / Под ред. М. М. Лукиной. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 348 с. – 10 экз.

8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля):

1. Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» – www.studentlibrary.ru

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для обеспечения данной дисциплины необходимы:

- оборудованные аудитории (специальная мебель и оргсредства);
- технические средства обучения;
- интерактивная доска;

- компьютеры (ОС Windows 7, 10);
- учебно-наглядные пособия: схемы, таблицы анализа.

10. ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление учебной информации в визуальной форме (краткий конспект лекций; тексты заданий, напечатанные увеличенным шрифтом), на аудиторных занятиях допускается присутствие ассистента, а также сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Текущий контроль успеваемости осуществляется в письменной форме: обучающийся письменно отвечает на вопросы, письменно выполняет практические задания. Доклад (реферат) также может быть представлен в письменной форме, при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т. д.). Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости время подготовки к ответу может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на аудиторных занятиях звукозаписывающих устройств (диктофонов и т. д.). Допускается присутствие на занятиях ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Текущий контроль успеваемости осуществляется в устной форме. При проведении промежуточной аттестации для лиц с нарушением зрения тестирование может быть заменено на устное собеседование по вопросам.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, на аудиторных занятиях, а также при проведении процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации могут быть предоставлены необходимые технические средства (персональный компьютер, ноутбук или другой гаджет); допускается присутствие ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь (занять рабочее место, передвигаться по аудитории, прочитать задание, оформить ответ, общаться с преподавателем).