

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 18.04.2025 16:56:49

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

«04» февраля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.25 СИСТЕМЫ, КРЕАТИВ И ТЕХНОЛОГИИ SMM+

Для направления подготовки:

38.03.02 Менеджмент

(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий; информационно-аналитический

Направленность (профиль):

«Бренд-менеджмент»

Форма обучения:

очная, очно-заочная

Москва – 2025

Разработчик(и): Прокина Марина Владимировна, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«17» января 2025 г.


(подпись)

/М.В. Прокина /

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 08.06.2017 г.

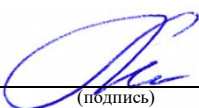
СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ


(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой
разработчика РПД


(подпись)

/ Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 06 от «22» января 2025 г.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: освоение теоретических подходов и практических навыков управления маркетингом в социальных сетях, используя современные технологии в конкурентной стратегии предприятия.

Задачи:

- усвоение современных моделей развития и функционирования социальных медиа;
- получение опыта применения инструментов планирования и оценки маркетинга в социальных медиа;
- анализ российской практики маркетинга в социальных медиа;
- адаптация современных зарубежных практик маркетинга в социальных медиа для российских условий.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Осваивается: 7 семестр по очной форме обучения, 8 семестр по очно-заочной форме обучения.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2 - способен анализировать маркетинговую деятельность организации и готовить предложения по ее совершенствованию;

ПК-4 – способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-2 Способен анализировать маркетинговую деятельность организации и готовить предложения по ее совершенствованию	ПК-2.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Знает: технологию осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами Умеет: осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами Владеет: навыком осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами
ПК-4 Способен разрабатывать,	ПК-4.2. Определяет каналы коммуникации с	Знает: технологию определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг

внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	потребителями товаров и услуг	Умеет: определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг Владеет: способностью определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг
--	-------------------------------	---

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Системы, креатив и технологии SMM+» для студентов всех форм обучения, реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент составляет: 4 зачетные единицы (144 часа).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)	
	Очная	Очно-заочная
Аудиторные занятия	36	36
<i>в том числе:</i>		
Лекции	18	18
Практические занятия	18	18
Лабораторные работы	-	-
Самостоятельная работа	72	72
<i>в том числе:</i>		
часы на выполнение КР / КП	-	-
Промежуточная аттестация:		36
Вид	Экзамен – 7 семестр	Экзамен – 8 семестр
Трудоемкость (час.)	36	36
Общая трудоемкость з.е. / часов	4 з.е. / 144 час.	

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов (по формам обучения)							
№	Наименование	Очная				Очно-заочная			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Базовые знания по функционалу соц сетей	4	3	-	18	4	3	-	18
2	Стратегия в социальных медиа (Целевая аудитория, анализ конкурентов, УТП)	5	5	-	18	5	5	-	18

Темы дисциплины		Количество часов (по формам обучения)								
№	Наименование	Очная				Очно-заочная				
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)	
3	Контент в социальных медиа	5	5	-	18	5	5	-	18	
4	Продвижение в социальных медиа	4	5	-	18	4	5	-	18	
Итого (часов)		18	18	-	72	18	18	-	72	
Форма контроля:		экзамен				36	экзамен			36
Всего по дисциплине:		144 / 4 з.е.				144 / 4 з.е.				

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Базовые знания по функционалу соц сетей

Социальные медиа как способ достижения разных целей. Постановка и измерение KPI. Базовый инструментарий разных социальных сетей: форматы контента, где смотреть статистику, обзор Livedune. Разница между социальными сетями.

Тема 2. Стратегия в социальных медиа (Целевая аудитория, анализ конкурентов, УТП)

Что такое стратегия и как ее создавать. Изучение целевой аудитории в социальных сетях. Анализ конкурентов. УТП и позиционирование: что это и как применять в социальных медиа.

Тема 3. Контент в социальных медиа

Особенности работы с разным типом контента. Рубрикатор. Матрица болей и возражений. Типы визуального контента. Как достигать целей с помощью контента и передавать нужные смысловые посылы.

Особенности построения текстов в социальных медиа: заголовки, структура, tone of voice.

Короткие вертикальные ролики: разновидности, особенности, монтаж.

Stories: особенности формата, структура сюжета и способы донесения информации.

Тема 4. Продвижение в социальных медиа

Актуальные способы распространения контента и привлечения аудитории. Бесплатные методы: взаимный пиар, прямые эфиры, хештеги. Способы увеличения охвата через вовлечение: обзор механик.

Платные способы продвижения: таргетированная реклама. Реклама у блогеров и инфлюенсеров. Способы подбора и проверки.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 185 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=686507
2. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – 2-е изд., пересм. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 346 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684274
3. Шевченко, Д. А. Основы маркетинга и маркетинговых коммуникаций : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 268 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=686477
4. Москалев, С. М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С. М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 101 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=491717
5. Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие : [16+] / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. – 163 с.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=598669

9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
3. Браузер Google Chrome;
4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам

3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <http://www.marketcenter.ru/> - базы данных системы межрегиональных маркетинговых центров
10. <http://www.marketing.spb.ru/> - энциклопедия маркетинга
11. <https://www.calltouch.ru/> - блоги по коллтрекингу и управлению рекламой
12. <https://blog.calltouch.ru/category/keysy/> - кейсы по интернет-маркетингу
13. <https://blog.ingate.ru/> - сайт вебинаров, статей и книг по интернет-маркетингу

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Кабинет № 423- учебное помещение № I-58 для проведения учебных занятий.

Учебное помещение оборудовано набором демонстрационного оборудования и набором учебно-наглядных пособий в цифровом виде, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.

Учебное помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;
3. доска маркерная учебная;
4. столы - 15 шт.;
5. стулья – 71 шт.;
6. акустическая система;
7. блок управления проекционным оборудованием;
8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.

Компьютер подключен к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Кабинет № 402- помещение № I-11, для самостоятельной работы.

Помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;
3. доска маркерная учебная;
4. столы – 14 шт.;
5. стулья – 28 шт.;
6. акустическая система;
7. блок управления проекционным оборудованием;

8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.

9. персональные компьютеры - 26 шт.

Все компьютеры подключены к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

Б1.В.25 СИСТЕМЫ, КРЕАТИВ И ТЕХНОЛОГИИ SMM+

Для направления подготовки:

38.03.02 Менеджмент
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

организационно-управленческий; информационно-аналитический

Направленность (профиль):

«Бренд-менеджмент»

Форма обучения:

очная, очно-заочная

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-2 Способен анализировать маркетинговую деятельность организации и готовить предложения по ее совершенствованию	ПК-2.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Знает: технологию осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами Умеет: осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами Владеет: навыком осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами
ПК-4 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-4.2. Определяет каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг	Знает: технологию определения каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг Умеет: определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг Владеет: способностью определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг

Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Не знает: технологию осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами Не умеет: осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами Не владеет: навыком осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	В целом знает: технологию осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами, но допускает грубые ошибки В целом умеет: осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами, но часто испытывает затруднения В целом владеет: навыком осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами, но часто испытывает затруднения	Знает: технологию осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами, но иногда допускает ошибки Умеет: осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами, но иногда испытывает затруднения Владеет: навыком осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами, но иногда испытывает затруднения	Знает: технологию осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами Умеет: осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами Владеет: навыком осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами
Не знает: технологию определения каналов	В целом знает: технологию определения каналов	Знает: технологию определения каналов	Знает: технологию определения каналов

коммуникации с потребителями товаров и услуг Не умеет: определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг Не владеет: способностью определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг	коммуникации с потребителями товаров и услуг, но допускает грубые ошибки В целом умеет: определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг, но часто испытывает затруднения В целом владеет: способностью определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг, но часто испытывает затруднения	коммуникации с потребителями товаров и услуг, но иногда допускает ошибки Умеет: определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг, но иногда испытывает затруднения Владеет: способностью определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг, но иногда испытывает затруднения	коммуникации с потребителями товаров и услуг Умеет: определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг Владеет: способностью определять каналы коммуникации с потребителями товаров и услуг
--	--	--	--

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

Пример творческих заданий:

Задание 1. Создайте для группы БМ-22 в ВК «полезный» контент:

- инструкция;
- видеоинструкция;
- подборка ссылок на полезные ресурсы с описанием;
- лонгрид;
- новости по теме Реклама и связи с общественностью;
- обзор, видеообзор;
- рейтинг;
- книги /кинофильмы;
- инфографика;
- анонсы статей;
- чек-лист.

Задание 2. Создайте рекламный контент – объект рекламы КНИГА:

- рекламный пост;
- отзывы читателей;
- кейс;
- сравнение книг;
- как и где купить дешевле/удобнее;
- обзор новинок.

Задание 3. Создайте развлекательный контент для группы БМ-22 в ВК:

- конкурс;
- игра;

- история из жизни;
- мем;
- вирусное видео;
- цитаты великих;
- профессиональный юмор;
- о празднике, дате;
- актуальная информация;
- интересный факт;
- тест;
- лайфхак.

Задание 4. Разработайте контент-план для на месяц для книжного магазина «Читай-город», обосновав тематические блоки постов.

Задание 5. Подготовить пост-интервью для группы БМ-22 АНО ВО Института Бизнеса и Дизайна (в качестве интервьюируемых могут выступать преподаватели профиля Бренд-менеджмент, практикующие специалисты из отрасли).

Форматы поста (на выбор):

- видеоролик (не более 3 минут);
- аудиоролик (не более 3 минут);
- фотогалерея (3 фотографии) + текст (4,5 тыс. знаков).

Темы (на выбор):

- тенденции развития рекламного дела в России/Москве;
- тенденции развития PR отрасли в Росси/Москве;
- проблемы и возможности трудоустройства в сфере маркетинга, рекламы и PR в Москве;
- как нужно учиться рекламному делу (советы преподавателей);
- про производственную практику в сфере рекламы и связей с общественности;
- обучающийся предлагает свою тему и согласовывает с преподавателем дисциплины.

Рекомендации по выполнению:

1. Обратиться к интервьюируемому, согласовать тему и формат беседы.
2. В рамках темы предложить интервьюируемому ответить на 3-5 вопросов.
3. Провести интервью.
4. Обработать материал для дальнейшей публикации в группе ВК.
5. Прислать материал на проверку преподавателю курса.

Оценка творческих заданий производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену:

1. КPI маркетинговой деятельности в социальных медиа.
2. Конверсия и лидогенерация в соцмедиа.
3. Системы мониторинга и аналитики.
4. Изучение рекламного кабинета в Facebook.
5. Изучение рекламного кабинета ВКонтакте.
6. Influence marketing (работа с блоггерами, подача контента,) особенности форматов, новые технологии, уникальность платформ.

7. Особенности работы Telegram, Whatsapp и Viber.
8. Тренды развития контент-менеджмента в социальных сетях.
9. Коммуникативные и репутационные риски при разработке контент-стратегий.
10. Социально-коммуникативная эффективность контента.
11. Коммерческая эффективность контента.
12. Рекомендации по размещению медиаконтента.
13. Характеристика и виды контент-стратегий.
14. Организация контента в целевой группе (таргетинг).
15. Этапы разработки контент-плана.
16. Интеграция сайта с социальными сетями.
17. Бренд-платформа социальной сети Одноклассники.
18. Бренд-платформа социальной сети Instagram**.
19. Бренд-платформа социальной сети Facebook**.
20. Бренд-платформа социальной сети Вконтакте.
21. Стратегии и инструментарий маркетинга в социальных медиа.
22. Понятие и сущность блога и портала. Разновидности блога: Livejournal, Liveinternet, корпоративный блог.
23. Обзор основных социальных сетей: Twitter, Вконтакте, Facebook, Instagram, Одноклассники.
24. Цели, задачи, преимущества, инструменты SMM-продвижения.
25. Понятие и сущность социальной сети как инструмента продвижения.
26. SMM как часть трансмедийной кампании.
27. Место социальных сетей в стратегии организации.
28. Особенности поведения пользователей социальных медиа.
29. Основные виды социальных сетей.
30. История социальных сетей. Развитие рынка социальных сетей.
31. Статистика популярности соцмедиа. Исследования Nielsen, comScore и др.
32. Социальные сети как инструмент социального взаимодействия.

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

Оценивание знаний обучающихся осуществляется по 4-балльной шкале при проведении экзаменов и зачетов с оценкой (оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно») или 2-балльной шкале при проведении зачета («зачтено», «не зачтено»).

При прохождении обучающимися промежуточной аттестации оцениваются:

1. Полнота, четкость и структурированность ответов на вопросы, аргументированность выводов.
2. Качество выполнения практических заданий (при их наличии): умение перевести теоретические знания в практическую плоскость; использование правильных форматов и методологий при выполнении задания; соответствие результатов задания поставленным требованиям.
3. Комплексность ответа: насколько полно и всесторонне обучающийся раскрыл тему вопроса и обратился ко всем ее аспектам.

Критерии оценивания

4-балльная шкала и 2-балльная шкалы	Критерии
«Отлично» или «зачтено»	1. Полные и качественные ответы на вопросы, охватывающие все необходимые аспекты темы. Обучающийся обосновывает свои выводы с использованием соответствующих фактов, данных или источников, демонстрируя глубокую аргументацию. 2. Обучающийся успешно переносит свои теоретические знания в практическую реализацию. Выполненные задания соответствуют высокому уровню качества, включая использование правильных форматов, методологий и инструментов. 3. Обучающийся анализирует и оценивает различные аспекты темы, демонстрируя способность к критическому мышлению и самостоятельному исследованию.
«Хорошо» или «зачтено»	1. Обучающийся предоставляет достаточно полные ответы на вопросы с учетом основных аспектов темы. Ответы обучающегося имеют ясную структуру и последовательность, делая их понятными и логически связанными. 2. Обучающийся способен применить теоретические знания в практических заданиях. Выполнение задания в целом соответствует требованиям, хотя могут быть некоторые недочеты или неточные выводы по полученным результатам. 3. Обучающийся представляет хорошее понимание темы вопроса, охватывая основные аспекты и направления ее изучения. Ответы обучающегося содержат достаточно информации, но могут быть некоторые пропуски или недостаточно глубокие суждения.
«Удовлетворительно» или «зачтено»	1. Ответы на вопросы неполные, не охватывают всех аспектов темы и не всегда структурированы или логически связаны. Обучающийся предоставляет верные выводы, но они недостаточно аргументированы или основаны на поверхностном понимании предмета вопроса. 2. Обучающийся способен перенести теоретические знания в практические задания, но недостаточно уверен в верности примененных методов и точности в их выполнении. Выполненное задание может содержать некоторые ошибки, недочеты или расхождения. 3. Обучающийся охватывает большинство основных аспектов темы вопроса, но демонстрирует неполное или поверхностное их понимание, дает недостаточно развернутые объяснения.
«Неудовлетворительно» или «не зачтено»	1. Обучающийся отвечает на вопросы неполно, не раскрывая основных аспектов темы. Ответы обучающегося не структурированы, не связаны с заданным вопросом, отсутствует их логическая обоснованность. Выводы, предоставляемые обучающимся, представляют собой простые утверждения без анализа или четкой аргументации. 2. Обучающийся не умеет переносить теоретические знания в практический контекст и не способен применять их для выполнения задания. Выполненное задание содержит много ошибок, а его результаты не соответствуют поставленным требованиям и (или) неправильно интерпретируются. 3. Обучающийся ограничивается поверхностным рассмотрением темы и не показывает понимания ее существенных аспектов. Ответ обучающегося частичный или незавершенный, не включает анализ рассматриваемого вопроса, пропущены важные детали или связи.

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры
 Протокол заседания кафедры № 06 от «22» января 2025 г.