

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Забайкальский государственный университет»  
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Историко-филологический факультет  
Кафедра Журналистики и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Историко-филологический  
факультет

Евгений Викторович  
Дроботушенко

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_  
г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.ДВ.02.01 Маркетинг в социальных сетях  
на 72 часа(ов), 2 зачетных(ые) единиц(ы)  
для направления подготовки (специальности) 42.03.02 - Журналистика

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом  
Министерства образования и науки Российской Федерации от  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г. № \_\_\_\_

Профиль – Мультимедийная журналистика (для набора 2024)  
Форма обучения: Очная

# 1. Организационно-методический раздел

## 1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

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

Задачи изучения дисциплины:

Формирование представлений о современных социальных медиа и их аудитории

Освоение теоретических подходов и практических навыков работы маркетинга в социальных сетях

Сформировать понимание и представление о SMM-деятельности, её целях, задачах и стратегиях

## 1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Дисциплины по выбору.

## 1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы), 72 часов.

Виды занятий	Семестр 7	Всего часов
Общая трудоемкость		72
Аудиторные занятия, в т.ч.	34	34
Лекционные (ЛК)	17	17
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	17	17
Лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	38	38
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой проект) (КР, КП)		

**2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
ОПК-1	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	<p><b>Знать:</b> Различные категории маркетинга. Характеристики и виды маркетинговой коммуникации. Особенности и виды интегрированных маркетинговых коммуникаций в интернете. Виды контента в социальных сетях. Основы SMM – особенности и принципы маркетинга в социальных сетях.</p> <p><b>Уметь:</b> Проводить маркетинговый анализ (комплекс маркетинга, рынок, ЖЦТ, УТП). Создавать контент в рамках интегрированных маркетинговых коммуникаций в социальных сетях. Разрабатывать и реализовывать SMM- и коммуникативную стратегии, контент-план.</p> <p><b>Владеть:</b> Методиками маркетингового анализа (комплекс маркетинга, рынок, ЖЦТ, УТП). Навыками создания контента для социальных сетей в рамках интегрированных маркетинговых коммуникаций. Навыками разработки и реализации SMM- и коммуникативной стратегий, контент-плана.</p>
ОПК-4	ОПК-4.2. (по направлению подготовки «Журналистика») Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	<p><b>Знать:</b> Знать различные характеристики человека сетевого общества. Характеристики и особенности интернет-сообществ и их пользователей, аудитории социальных сетей для дальнейшего</p>

		<p>анализа, разработки и реализации SMM- и коммуникативной стратегий, создания различного контента и рекламных сообщений для таргетированной рекламы в социальных сетях.</p> <p>Уметь: Уметь определять и сегментировать целевую аудиторию. Учитывать различные характеристики целевой аудитории при разработке и реализации SMM- и коммуникативной стратегий, создания различного контента и рекламных сообщений для таргетированной рекламы для социальных сетей.</p> <p>Владеть: Владеть методиками определения и сегментации целевой аудитории при разработке и реализации SMM- и коммуникативной стратегий, создании различного контента и рекламных сообщений для таргетированной рекламы в социальных сетях.</p>
ОПК-6	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	<p>Знать: Знать основные актуальные социальные сети и алгоритмы их работы, программное обеспечение и технические средства для создания и редактирования различных видов контента, онлайн-инструменты для запуска таргетированной рекламы в социальных сетях.</p> <p>Уметь: Уметь отбирать подходящие социальные сети для осуществления маркетинговой коммуникации, программное обеспечение и технические средства для создания и редактирования различных видов контента для реализации SMM- и коммуникативной стратегий, онлайн-инструменты для запуска</p>

		<p>таргетированной рекламы в социальных сетях.</p> <p>Владеть: Владеть способностями отбирать подходящие социальные сети для осуществления маркетинговой коммуникации, программное обеспечение и технические средства для создания и редактирования различных видов контакта для реализации SMM- и коммуникативной стратегий, онлайн-инструменты для запуска таргетированной рекламы в социальных сетях.</p>
ПК-3	<p>ПК-3.2. (по направлению подготовки «Журналистика») Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики</p>	<p>Знать: Знать различные аспекты аккаунт-менеджмента, разные организационные аспекты контент-менеджмента: управление командой, создающей контент, и различные аспекты контент-планирования в рамках SMM- и коммуникативной стратегий.</p> <p>Уметь: Уметь составлять индивидуальный, а также общий план работы команды, создающей контент в рамках SMM- и коммуникативной стратегий. Скоординировать виды и формы работы по направлениям аккаунт-менеджмент, контент-менеджмент и контент-планирование. Применять на практике различные принципы и аспекты аккаунт-менеджмента, контент-менеджмента и контент-планирования в рамках SMM- и коммуникативной стратегий.</p> <p>Владеть: Владеть навыками анализа, координации и планирования индивидуальной и командной работы по направлениям аккаунт-менеджмент, контент-менеджмент и контент-планирование.</p>

### 3. Содержание дисциплины

#### 3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

##### 3.1 Структура дисциплины для очной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			С Р С
					Л К	П З (С З)	Л Р	
1	1.1	Основы маркетинга. Интегрированные маркетинговые коммуникации в интернете	Понятие маркетинга. Цели и задачи. Основные категории маркетинга. Комплекс маркетинга. Сегментация рынка. УТП. Жизненный цикл товара. Маркетинговая коммуникация: характеристики, виды (ATL, TTL, VTL). Особенности интегрированных маркетинговых коммуникаций.	11	4	2	0	5
2	2.1	Социальные сети и их аудитория	История появления интернета и социальных сетей. Социальные сети как вид ИМК. Современные актуальные социальные сети. Интернет-сообщества и пользователи. Аудитория социальных сетей. Определение и сегментация целевой аудитории.	17	4	3	0	10
3	3.1	SMM и коммуникативная стратегия	Монетизация. Появление маркетинга социальных сетей. SMM-стратегия. Коммуникативная стратегия. Виды	21	4	6	0	11

			контента в социальных сетях. Контент-планирование.					
4	4.1	Реклама в социальных сетях	Аккаунт-менеджмент. Виды рекламы в социальных сетях. Разработка и запуск таргетированной рекламы. Аналитика в социальных сетях. Виды КРІ (ключевые показатели эффективности). Определение эффективности SMM-стратегии.	23	5	6	0	12
Итого				72	17	17	0	38

### 3.2. Содержание разделов дисциплины

#### 3.2.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Основы маркетинга	Понятие маркетинга. Цели и задачи. Основные категория маркетинга. Комплекс маркетинга. Сегментация рынка. УТП. Жизненный цикл товара.	2
	1.1	Интегрированные маркетинговые коммуникации в интернете	Маркетинговая коммуникация: характеристики, виды (ATL, TTL, BTL). Особенности интегрированных маркетинговых коммуникаций	2
2	2.1	Социальные сети	История появления интернета и социальных сетей. Характеристики социальных сетей как вида ИМК. Современные актуальные социальные сети.	2
	2.1	Аудитория социальных сетей	Человек сетевого общества. Интернет-сообщества и их пользователи. Аудитория социальных сетей. Методы определения и сегментаций	2

			целевой аудитории.	
3	3.1	SMM и коммуникативная стратегия	Монетизация. Основные принципы маркетинга социальных сетей. Коммуникативная стратегия: коммуникационный цикл, каскадирование целей. Разработка SMM-стратегии: её цели и задачи.	2
	3.1	Контент социальных сетей. Контент-планирование	Виды и форматы контента в социальных сетях. Контент-планирование и контент-менеджмент: управление командой, создающей контент в рамках SMM-стратегии.	2
4	4.1	Управление аккаунтом в социальной сети. Аналитика	Аккаунт-менеджмент: оформление аккаунта в социальных сетях. Аналитика аккаунта в социальной сети. Анализ конкурентов. Понятие и виды KPI. Определение ключевых показателей эффективности работы аккаунта в социальной сети. Оценка эффективности SMM-стратегии.	2
	4.1	Реклама в социальных сетях	Виды рекламы в социальных сетях: прямая, нативная, таргетированная. Рекламный контент. Реклама у блогеров и лидеров общественного мнения. Особенности рекламного и визуального сообщения для таргетированной рекламы. Mytarget: инструмент запуска таргетированной рекламы.	3

### 3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Анализ комплекса маркетинга по различным моделям	Анализ комплекса маркетинга по моделям 4P, 5P, 4C, PEST-анализ, SWOT-анализ	2
2	2.1	Определение и сегментация целевой аудитории	Алгоритмы определения и сегментации целевой аудитории. Портрет ЦА.	3
3	3.1	Разработка S	Алгоритмы и этапы разработки	3

		ММ-/коммуни кативной стратегии	коммуникативной стратегии в социальных сетях	
	3.1	Разработка контент-плана	Алгоритмы и этапы разработки контент-плана для социальных сетей	3
4	4.1	Анализ эффективност и и определение КРІ	Алгоритм определения ключевых показателей эффективности работы аккаунта в социальной сети. Оценка эффективности SMM-стратегии.	3
	4.1	Разработка прямой, нативной, тарг етированной рекламы в социальных сетях	Алгоритмы, этапы разработки и внедрения различных видов рекламы в социальных сетях	3

### 3.2.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)

### 3.3. Содержание материалов, выносимых на самостоятельное изучение

Модуль	Номер раздела	Содержание материалов, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной деятельности	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Инструменты интегрированные маркетинговых коммуникаций в интернете, TTL- коммуникации	Изучение специальной литературы по теме	3
	1.1	Сегментация рынка. УТП. Жизненный цикл товара.	Индивидуальная творческая работа	2
2	2.1	Теории сетевого и информационного общества	Изучение специальной литературы по теме. Доклад.	5

	2.1	Современные актуальные социальные сети	Изучение специальной литературы по теме. Доклад.	5
3	3.1	Контент-менеджмент	Изучение специальной литературы по теме	5
	3.1	Создание контента для социальных сетей	Индивидуальная творческая работа	6
4	4.1	Оформление аккаунта в социальных сетях	Проектная мастерская	4
	4.1	Создание и запуск таргетированной рекламы для социальных сетей	Проектная мастерская	6

#### **4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

#### **5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

##### **5.1. Основная литература**

##### **5.2. Дополнительная литература**

##### **5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы**

Название	Ссылка
----------	--------

#### **6. Перечень программного обеспечения**

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МераПро".

Программное обеспечение специального назначения:

- 1) Corel Draw
- 2) Google Chrome

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения практических занятий	
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре
Учебные аудитории для текущей аттестации	

## 8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Освоение обучающимся учебной дисциплины предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, практических занятий и лабораторных работ. Самостоятельная работа

включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программы учебной дисциплины.

Преподаватель может представить её на вводном практическом занятии или обучающийся самостоятельно использует информацию на официальном Интернет-сайте Университета. Следует

обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе университета, на предлагаемые преподавателем ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа: с целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой

организации учебного процесса, так как:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует обучающегося в учебном процессе.

С этой целью:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям по теме прочитанной лекции;
- внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради;

- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу.

Подготовка к практическим занятиям: при подготовке и работе во время проведения практических занятий следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов,

исправление полученных замечаний.

Предварительная подготовка к практическому занятию заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомлении с инструктивными материалами с целью осознания задач практического занятия.

Работа во время проведения практического занятия включает несколько моментов:

- консультирование студентов преподавателем с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем заданий;
- самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

Самостоятельная работа: для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы.

При

выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к экзамену: при подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры,

иллюстрирующие теоретические положения.

После предложенных указаний у обучающихся должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

Разработчик/группа разработчиков:

**Типовая программа утверждена**

Согласована с выпускающей кафедрой  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_ «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.