

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг в социальных сетях (продвинутый курс)»

Дисциплина «Маркетинг в социальных сетях (продвинутый курс)» является частью программы магистратуры «Стратегический менеджмент и управление инновациями» по направлению «38.04.02 Менеджмент».

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины: получение студентами теоретических и практических знаний по вопросам рекламы в социальных сетях, эффективности и результативности такой рекламы; статистических исследований в Интернет, сбора и анализа информации о пользователях социальных сетей; проведения маркетинговых исследований в социальных сетях. Задачи дисциплины: - ознакомление с типовыми возможностями социальных сетей; изучение современных методик сбора веб-статистики; - формирование умений исследовать, обобщать и критически оценивать возможности современных программных продуктов в сфере продвижения корпоративных аккаунтов в социальных сетях; - формирование навыков планирования и оценки эффективности и результативности интернет-активности в социальных сетях..

Изучаемые объекты дисциплины

- социальные сети; - показатели эффективности и результативности рекламы в социальных сетях; - методики сбора веб-статистики в социальных сетях..

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		2	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	44	44	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	16	16	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	26	26	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	64	64	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет			
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	108	108	

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
2-й семестр				
Модуль 3. Оценка эффективности и результативности	6	0	9	20
Способы расчета рентабельности и эффективности. Принципы расчета ROI. Формулы расчета рентабельности. Сервисы для оценки эффективности.				
Модуль 2. Таргетинг и реклама в социальных сетях	6	0	9	22
Реклама в социальных сетях. Показатели рекламы в социальных сетях. Определение CTR, CPM, CPS, CTI.				
Модуль 1. Аудитория социальных сетей и бизнес-задачи в социальных медиа	4	0	8	22
Ключевые метрики в SMM. Работа с отзывами в социальных сетях. Практика вытеснения негативных отзывов из поисковой выдачи.				
ИТОГО по 2-му семестру	16	0	26	64

ИТОГО по дисциплине	16	0	26	64
---------------------	----	---	----	----