

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Маркетинг в социальных сетях»

Дисциплина «Маркетинг в социальных сетях» является частью программы бакалавриата «Менеджмент (общий профиль , СУОС)» по направлению «38.03.02 Менеджмент».

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины: Получение студентами теоретических и практических знаний в сфере маркетинговых коммуникаций и генерации контента в социальных сетях, продвижения и основ таргетированной рекламы и оценке ее эффективности. Задачи дисциплины: - знакомство студентов с возможностями современных цифровых технологий в маркетинге и интернет-коммуникациях; - формирование умений разработки маркетинговой стратегии для продвижения организации в социальных сетях; - овладение навыками разработки и реализации комплекса маркетинга в социальных сетях и навыками оценки эффективности рекламных кампаний с использованием инструментов аналитики социальных сетей..

Изучаемые объекты дисциплины

- социальные сети - инструменты генерации контента - стратегия продвижения организации в социальных сетях - методы оценки эффективности и анализа рекламных кампаний.

Объем и виды учебной работы

| Вид учебной работы | Всего часов | Распределение по семестрам в часах |
|--|-------------|------------------------------------|
| | | Номер семестра |
| | | 7 |
| 1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме: | 54 | 54 |
| 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) | 36 | 36 |
| - контроль самостоятельной работы (КСР) | 2 | 2 |
| - контрольная работа | | |
| 1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС) | 90 | 90 |
| 2. Промежуточная аттестация | | |
| Экзамен | | |
| Дифференцированный зачет | 9 | 9 |
| Зачет | | |
| Курсовой проект (КП) | | |
| Курсовая работа (КР) | | |
| Общая трудоемкость дисциплины | 144 | 144 |

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 |
| 7-й семестр | | | | |
| Модуль 2. Особенности продвижения в социальных сетях и мессенджерах | 4 | 0 | 9 | 25 |
| Тема 1. Вконтакте Тема 2. Telegram Тема 3. Одноклассники | | | | |
| Модуль 1. Основы маркетинга в социальных сетях | 4 | 0 | 9 | 20 |
| Тема 1. Профессия SMM: обязанности и компетенции специалиста Тема 2. Определение и основные понятия SMM Тема 3. Особенности поведения потребителей в социальных сетях Тема 4. Конкурентный анализ Тема 5. Управление репутацией | | | | |
| Модуль 4. Основы продвижения в социальных сетях и мессенджерах. Работа с блогерами | 4 | 0 | 9 | 25 |
| Тема 1. Вконтакте Тема 2. Telegram Тема 3. Одноклассники Тема 4. Инструменты аналитики рекламы. Оптимизация. Тема 5. Influence-маркетинг. Реклама у блогеров. | | | | |
| Модуль 3. Контент: виды и способы генерации | 4 | 0 | 9 | 20 |
| Тема 1. Виды контента. Тема 2. Составление контент-плана Тема 3. Методы создания контента Тема 4. Инструменты для публикации | | | | |
| ИТОГО по 7-му семестру | 16 | 0 | 36 | 90 |
| ИТОГО по дисциплине | 16 | 0 | 36 | 90 |