

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Комьюнити-менеджмент (технологии и ORM)»

Дисциплина «Комьюнити-менеджмент (технологии и ORM)» является частью программы магистратуры «Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях» по направлению «42.04.01 Реклама и связи с общественностью».

Цели и задачи дисциплины

Цель - формирование способности на основе самостоятельно проводимых исследований создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации (комьюнитименеджмент); использовать технические средства и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки и реализации коммуникационного продукта в рамках комьюнитименеджмента; разработки и реализации элементов системы стратегического управления персоналом организации; формировать сообщества, объединенные общими интересами, целями или проблемами. Задачи: Знать теории и методы формирования бренда организации - комьюнитименеджмент; методы проведения социологических исследований, изучения общественного мнения; феномен сообщества как объекта и субъекта коммуникационной деятельности, а также его роль в качестве маркетингового инструмента? психологию формирования сообществ; модели для проектирования сообществ; основы комьюнитименеджмента; модели лидерства как системы бизнеса; алгоритмы создания сообществ; методики работы с сообществами в рамках социальных сетей; методы и инструменты, используемые в комьюнитименеджменте; Уметь определять и анализировать внутренние коммуникации, моделировать поведение персонала; разрабатывать корпоративные социальные программы; организовывать и проводить мероприятия с персоналом в соответствии с корпоративной социальной политикой; формировать сообщества, объединенные общими интересами, целями или проблемами; соблюдать нормы этики делового общения; формировать и проводить социальную политику и социальные программы; определять критерии и уровни удовлетворенности персонала; определять целевые группы персонала для создания специализированных социальных программ; определять эффективность мероприятий реализуемой корпоративной социальной политики, в т.ч. использовать модели для проектирования сообществ; алгоритмы создания сообществ? методики работы с сообществами в рамках социальных сетей? специальные метрики ORM в соответствии с коммуникационными целями и задачами; ключевые метрики, определяющие эффективность работы комьюнити менеджера. Владеть навыками анализа успешных корпоративных практик по организации стратегического управления персоналом организации, организационного проектирования и взаимодействия подразделений в рамках комьюнитименеджмента; формирования сообщества, объединенные общими

интересами, целями или проблемами; разработки, внедрения и поддержания корпоративной культуры и социальной политики, систем мотивации, эффективности, оценки и развития персонала; оценки удовлетворенности персонала корпоративной социальной политикой; оценки эффективности мероприятий корпоративной социальной политики; подготовки предложений по совершенствованию корпоративной социальной политики, в т.ч. навыками работы с алгоритмами создания сообществ? методиками работы с сообществами в рамках социальных сетей? специальными метриками ORM в соответствии с коммуникационными целями и задачами; ключевыми метриками, определяющими эффективность работы комьюнити менеджера..

Изучаемые объекты дисциплины

Комьюнити менеджмент Метрики и алгоритмы ORM Психология формирования сообществ.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		3	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	19	19	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)			
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	17	17	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	2	2	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	89	89	
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	
3-й семестр				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Психология сообществ	0	0	1	8
В чем ценность сообщества с точки зрения психология. Психологический смысл сообщества. Теория Макмиллана и Чависа. Чувство общности и принадлежности, формирование социальных связей. Почему люди вступают в сообщества				
Моделирование сообществ	0	0	2	8
Модель Community Canvas и ее использование для моделирования сообщества. Communitydriven компании. Создание экосистемы сообщества. Теория числа Данбара.				
Защита индивидуального проекта по разработке модели сообщества	0	0	2	29
Разработка и защита индивидуального проекта по созданию модели сообщества				
Управление и развитие сообществ	0	0	2	8
Роль комьюнити менеджера в компании. Взаимодействие команды маркетинга и комьюнити менеджера. Инструментарий, который может помочь комьюнити менеджеру выполнять свою работу				
Метрики и оценка эффективности комьюнити менеджмента	0	0	2	8
За рост каких метрик отвечает комьюнити менеджер. Как оценить эффективность работы комьюнити менеджера. Универсальные и ситуативные метрики				
ORM в комьюнити менеджменте	0	0	2	8
Выстраивание коммуникации с внутренней и внешней аудиторией сообщества. Роль брендинга в комьюнити менеджменте. Управление репутацией и работа с негативом. Сбор и обработка обратной связи				
Комьюнити менеджмент в соц. сетях	0	0	2	8

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Как социальные сети используются при работе с сообществами. Отличия SMMменеджера от комьюнити менеджера				
Сообщества как инструмент маркетинга и PR	0	0	2	4
Что такое сообщества. Зачем они нужны в маркетинге, какую роль играют. Что из себя представляют сообщества, как они могут быть устроены. Кто такой комьюнити менеджер и какими навыками он должен обладать				
Алгоритм создания сообществ	0	0	2	8
Пошаговый план по созданию комьюнити. Ключевые цели при создании сообществ. Определение ценностей сообщества. Формирование правил и выбор подходящей платформы. Разработка стратегии вовлечения. Поиск и удержание аудитории. Бережливый подход к созданию сообществ. Интеграция в готовое сообщество.				
ИТОГО по 3-му семестру	0	0	17	89
ИТОГО по дисциплине	0	0	17	89