

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, аналитики данных в социальных медиа. 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, навыками оценки эффективности рекламных кампаний и навыками аналитики социальных медиа..

Изучаемые объекты дисциплины

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

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 1. Особенности продвижения в социальных сетях	8	0	18	45
Тема 1. Профессия SMM: обязанности и компетенции специалиста Тема 2. Определение и основные понятия SMM Тема 3. Особенности поведения потребителей в социальных сетях. Этапы разработки стратегии продвижения в социальных сетях Тема 4. Конкурентный анализ Тема 5. Виды контента. Контент-маркетинг в социальных сетях Тема 6. Рекламный кабинет Вконтакте. Маркировка рекламы в социальных сетях.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Модуль 2. Аналитика социальных медиа	8	0	18	45
Тема 7. Введение в аналитику социальных медиа. Что такое аналитика социальных медиа: обзор, статистика, характер данных Тема 8. Социальные сети в России и мире Тема 9. Способы узнавать мнения людей. Ручной мониторинг соцмедиа. Тема 10. Информационные пузыри. Российские системы анализа соцмедиа. Тема 11. Типовые задачи руководителя и топ-менеджмента, решаемые с помощью аналитики соцмедиа.				
ИТОГО по 7-му семестру	16	0	36	90
ИТОГО по дисциплине	16	0	36	90