

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский  
политехнический университет**

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по образовательной  
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 01 » сентября 20 22 г.

### **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Дисциплина:** Маркетинг в социальных сетях  
(наименование)

**Форма обучения:** очная  
(очная/очно-заочная/заочная)

**Уровень высшего образования:** бакалавриат  
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

**Общая трудоёмкость:** 144 (4)  
(часы (ЗЕ))

**Направление подготовки:** 38.03.02 Менеджмент  
(код и наименование направления)

**Направленность:** Менеджмент (общий профиль , СУОС)  
(наименование образовательной программы)

## 1. Общие положения

### 1.1. Цели и задачи дисциплины

<p>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.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- знакомство студентов с возможностями современных цифровых технологий в маркетинге и интернет-коммуникациях;</li><li>- формирование умений разработки маркетинговой стратегии для продвижения организации в социальных сетях;</li><li>- овладение навыками разработки и реализации комплекса маркетинга в социальных сетях и навыками оценки эффективности рекламных кампаний с использованием инструментов аналитики социальных сетей.</li></ul>
--

### 1.2. Изучаемые объекты дисциплины

<ul style="list-style-type: none"><li>- социальные сети</li><li>- инструменты генерации контента</li><li>- стратегия продвижения организации в социальных сетях</li><li>- методы оценки эффективности и анализа рекламных кампаний</li></ul>
--

### 1.3. Входные требования

Не предусмотрены
------------------

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.4	ИД-1ПК-1.4	Знает возможности использования современных цифровых технологий в маркетинге и интернет-коммуникациях	Знает требования к разработке комплекса маркетинга с применением традиционных и инновационных подходов, возможности использования современных цифровых технологий в маркетинге	Индивидуальное задание
ПК-1.4	ИД-2ПК-1.4	Умеет разрабатывать маркетинговую стратегию для продвижения организации в социальных сетях с использованием современных цифровых технологий	Умеет разрабатывать маркетинговую стратегию для организации, реализовывать на ее основе программу коммуникаций с потребителем с использованием современных цифровых технологий	Индивидуальное задание

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-1.4	ИД-3ПК-1.4	Владеет навыками разработки и реализации комплекса маркетинга в социальных сетях, навыками оценки эффективности рекламных кампаний с использованием инструментов аналитики социальных сетей.	Владеет навыками использования разных способов разработки и реализации комплекса маркетинга в традиционной и цифровой среде, оценки эффективности маркетинговых программ	Индивидуальное задание

### 3. 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	

### 4. 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	
7-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
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 2. Особенности продвижения в социальных сетях и мессенджерах	4	0	9	25
Тема 1. Вконтакте Тема 2. Telegram Тема 3. Одноклассники				
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				
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.				
ИТОГО по 7-му семестру	16	0	36	90
ИТОГО по дисциплине	16	0	36	90

### Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Тренды и тенденции в социальных сетях
2	Постановка целей продвижения
3	Анализ целевой аудитории
4	Методы поиска и анализа конкурентов
5	Отстройка от конкурентов и уникальное торговое предложение
6	Поиск отзывов и упоминаний
7	Работа с негативом
8	Стиль общения с аудиторией: комментарии, сообщения
9	Вконтакте: форматы присутствия, создание и оформление площадок, создание и оформление площадок

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
10	Telegram: форматы присутствия, создание и оформление канала, сообщества
11	Одноклассники: форматы присутствия, создание и оформление площадок, создание и оформление площадок
12	Разработка концепции продвижения в социальных сетях

## 5. Организационно-педагогические условия

### 5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций.

### 5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

## 6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### 6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
<b>1. Основная литература</b>		
1	Акулич М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. - Москва: Дашков и К, 2017.	5

2	Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Романенкова [и др.]. - Москва: Юрайт, 2017.	5
3	Интернет-маркетинг : учебное пособие / Боровых К. О., Иванова А. Н., Плотников А. В., Попов А. А. Пермь Екатеринбург : Изд-во ПНИПУ, 2020. 101 с. 6,5 усл. печ. л.	20
4	Лашина М. В. Информационные системы и технологии в экономике и маркетинге : учебное пособие / М. В. Лашина, Т. Г. Соловьев. - Москва: КНОРУС, 2019.	3
5	Управление маркетингом : учебник и практикум для бакалавров / Д. В. Тюрин [и др.]. - Москва: Дашков и К, 2017.	4
<b>2. Дополнительная литература</b>		
<b>2.1. Учебные и научные издания</b>		
1	Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования : учебное пособие / О. А. Кожушко [и др.]. - Новосибирск: РИЦ НГУ, 2017.	1
2	Киссейн Э. Основы контентной стратегии : пер. с англ. / Э. Киссейн. - Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2012.	1
3	Коротков А. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / А. В. Коротков. - Москва: Юрайт, 2016.	5
4	Маркетинговый анализ: инструментарий и кейсы : учебное пособие для вузов / Л. С. Латышова [и др.]. - Москва: Дашков и К, 2019.	1
5	Смолина В. А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях / В. А. Смолина. - Москва Вологда: Инфра-Инженерия, 2019.	1
6	Сухарев О. С. Функциональный и интернет-маркетинг : коллективная монография / О. С. Сухарев, Н. В. Курманов, К. Р. Мельковская. - Москва: КУРС, ИНФРА-М, 2019.	1
<b>2.2. Периодические издания</b>		
1	Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - Москва: , Финпресс, , 1997 - . 2019, № 1.	1
<b>2.3. Нормативно-технические издания</b>		
	Не используется	
<b>3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины</b>		
	Не используется	
<b>4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента</b>		
	Не используется	

## 6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Академия Вконтакте	<a href="https://vk.com/biz">https://vk.com/biz</a>	сеть Интернет; свободный доступ
Дополнительная литература	Курсы по рекламе myTarget (Одноклассники)	<a href="https://target.my.com/pro/education/online-course">https://target.my.com/pro/education/online-course</a>	сеть Интернет; свободный доступ

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	Маркетинг в России и за рубежом : журнал	<a href="http://www.mavriz.ru/">http://www.mavriz.ru/</a>	сеть Интернет; свободный доступ
Основная литература	Интернет-маркетинг : Учебник для вузов / Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Жильцов Д. А., Карпова С. В., Поляков В. А., Рожков И. В. 2-е изд. Москва : Юрайт, 2021. 335 с	<a href="https://elib.pstu.ru/Record/RUURAIT468966">https://elib.pstu.ru/Record/RUURAIT468966</a>	локальная сеть; авторизованный доступ
Основная литература	Суздалева Г.Р. Инструменты продвижения товаров и услуг : учебное пособие / Г.Р. Суздалева, Е.А. Дробышева. - Пермь: Изд-во ПНИПУ, 2012.	<a href="http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3367">http://elib.pstu.ru/Record/RUPNRPUelib3367</a>	локальная сеть; свободный доступ

### 6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows 8.1 (подп. Azure Dev Tools for Teaching )
Офисные приложения.	Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567

### 6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	<a href="http://lib.pstu.ru/">http://lib.pstu.ru/</a>
Электронно-библиотечная система Лань	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
Электронно-библиотечная система IPRbooks	<a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a>
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>

### 7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Лекция	Презентационный комплекс (компьютер, проектор, экран)	1
Практическое занятие	Компьютерный класс	15

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Практическое занятие	Презентационный комплекс (компьютер, проектор, экран)	1

## **8. Фонд оценочных средств дисциплины**

Описан в отдельном документе



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Пермский национальный исследовательский политехнический  
университет»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине  
«Маркетинг в социальных сетях»

*Приложение к рабочей программе дисциплины*

<b>Направление подготовки:</b>	38.03.02 Менеджмент
<b>Направленность (профиль) образовательной программы:</b>	Маркетинг и инновации
<b>Квалификация выпускника:</b>	Бакалавр
<b>Выпускающая кафедра:</b>	Менеджмент и маркетинг
<b>Форма обучения:</b>	Очная
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	Дифференцированный зачет

**Фонд оценочных средств** для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

### 1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (7-го семестра учебного плана) и разбито на 4 учебных модуля. В каждом модуле предусмотрены аудиторские лекционные и практические занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, выполнении практических заданий и дифференцированного зачета. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Контролируемые результаты обучения по дисциплине

Контролируемые результаты освоения дисциплины (ЗУВы)	Вид контроля		
	Текущий	Рубежный	Промежуточная аттестация Дифф. зачет
<b>Усвоенные знания</b>			
<b>З.1.</b> Знает возможности использования современных цифровых технологий в маркетинге и интернет-коммуникациях	ТО		КЗ
<b>Освоенные умения</b>			
<b>У.1.</b> Умеет разрабатывать маркетинговую стратегию для продвижения организации в социальных сетях с использованием современных цифровых технологий		ПЗ	КЗ
<b>Приобретенные владения</b>			
<b>В.1.</b> Владеет навыками разработки и реализации комплекса маркетинга в социальных сетях, навыками оценки эффективности рекламных кампаний с использованием инструментов аналитики социальных сетей.		ПЗ	КЗ

*Условные обозначения: ТО - теоретический опрос; ПЗ - практические задания, КЗ – комплексное задание*

Итоговой оценкой достижения результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде дифференцированного зачета, проводимая с учетом результатов текущего и рубежного контроля.

## **2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения**

Текущий контроль успеваемости имеет целью обеспечение максимальной эффективности учебного процесса, управление процессом формирования заданных компетенций обучаемых, повышение мотивации к учебе и предусматривает оценивание хода освоения дисциплины. В соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в ПНИПУ предусмотрены следующие виды и периодичность текущего контроля успеваемости обучающихся:

- входной контроль, проверка исходного уровня подготовленности обучаемого и его соответствия предъявляемым требованиям для изучения данной дисциплины;

- текущий контроль усвоения материала (уровня освоения компонента «знать» заданных компетенций) на каждом групповом занятии и контроль посещаемости лекционных занятий;

- промежуточный и рубежный контроль освоения обучаемыми отдельных компонентов «знать», «уметь» заданных компетенций путем компьютерного или бланочного тестирования, контрольных опросов, контрольных работ (индивидуальных домашних заданий), рефератов, эссе и т.д.

Рубежный контроль по дисциплине проводится на следующей неделе после прохождения модуля дисциплины, а промежуточный – во время каждого контрольного мероприятия внутри модулей дисциплины;

- межсессионная аттестация, единовременное подведение итогов текущей успеваемости не менее одного раза в семестр по всем дисциплинам для каждого направления подготовки (специальности), курса, группы;

- контроль остаточных знаний.

### **2.1. Текущий контроль**

Текущий контроль усвоения материала в форме теоретического опроса проводится по каждой теме.

Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

### **2.2. Рубежный контроль**

Рубежный контроль для комплексного оценивания освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в следующих формах: практические задания (ПЗ).

#### **2.2.1. Практические задания.**

Практические задания предусматривают поэтапную подготовку и создание бакалавром собственного проекта (личный профиль или профиль организации) в выбранной социальной сети или мессенджере в течение всего семестра на основе пройденного материала на лекциях и практических занятиях.

Поэтапно разрабатывается:

- концепция сообщества/профиля,
- контент-план,
- оформление с элементами брендинга,
- примеры постов,
- программа продвижения сообщества/профиля,
- показатели эффективности и аналитика статистики,
- предложение развития сообщества/профиля на основе статистики.

Типовые темы практических заданий:

1. Провести анализ и составить сравнительную таблицу профилей конкурентов (не менее трех) в выбранной социальной сети.
2. Провести анализ целевой аудитории, выделить 3 сегмента, прописать аватары клиентов для выбора стратегии продвижения (не менее 3).
3. Предложить стратегию продвижения группы/сообщества
4. Составить список из 25 возможных тем и рубрик для постов для выбранной социальной сети, придумать хэштеги-рубрикаторы.
5. Составить контент-план на 9 дней для выбранной социальной сети. Подобрать 9 изображений или фотографий для постов в едином стиле, оформлении и обработке.
6. Написать 3 поста в разном стиле (не менее 1000 символов каждый) — информационный, развлекательно-вовлекающий и продающий.
7. Придумать творческий конкурс для подписчиков Вконтакте с розыгрышем ценного приза согласно выбранной нише.
8. Придумать серию из 3 вовлекающих постов для подписчиков.
9. Провести анализ рекламной кампании Вконтакте на основе статистики.
10. Предложить инструменты развития группы/сообщества на основе собранной статистики и поведения пользователей.

Типовые шкала и критерии оценки результатов выполнения практических заданий приведены в общей части ФОС образовательной программы.

### **2.3. Выполнение комплексного индивидуального задания**

Комплексное индивидуальное задание охватывает все темы курса и представляет собой отчет о разработанной студентом стратегии продвижения личного профиля или организации в социальных сетях.

#### **Примерные темы комплексного индивидуального задания:**

1. Разработать стратегию продвижения личного бренда Вконтакте.
2. Разработать стратегию продвижения бренда компании (выбрать любую нишу) Вконтакте.

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального комплексного задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

### **2.4. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)**

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

#### **2.4.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания**

Промежуточная аттестация проводится в форме дифференцированного зачета. Зачет с оценкой по дисциплине основывается на результатах текущего и рубежного контроля.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде дифференцированного зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы.

#### **2.4.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания**

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде дифференцированного зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания – выполнения и защиты комплексного инди-

видуального задания на проверку знаний, умений и владений. Примерные темы задания приведены в п. 2.3.

Все учебно-методические материалы для изучения дисциплины (в т.ч. индивидуальные задания) размещены на учебном портале Гуманитарного факультета <http://portal-hsb.pstu.ru/> и доступны студентам кафедры после регистрации.

#### **2.4.2.1. Шкалы оценивания результатов обучения на дифференцированном-зачете**

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче дифференцированного зачета для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

### **3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и компетенций**

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при дифференцированном зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде дифференцированного зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.