

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт управления, экономики и финансов
Центр бакалавриата Менеджмент



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по образовательной деятельности КФУ
Проф. Д.А. Таюрский



_____» _____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Медиапланирование и маркетинг в социальных сетях

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2021

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. Антонченко Н.Г. (кафедра маркетинга, Высшая школа Открытый институт инновационного, технологического и социального развития), Nataliya.Sergeeva@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ.

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- демонстрирует знание основ контент-маркетинга и маркетинга в социальных сетях с целью решения профессиональных задач;
- определяет методы сбора информации для решения профессиональных задач;
- перечисляет инструменты организации и поддержания связей с деловыми партнерами в социальных сетях.

Должен уметь:

- использует методы сбора информации для решения профессиональных задач;
- организывает и поддерживает связи с деловыми партнерами, используя социальные сети.

Должен владеть:

-

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "ФТД.ДВ.01.01.03 Факультативные дисциплины" основной профессиональной образовательной программы 38.03.02 "Менеджмент (Маркетинг)" и относится к дисциплинам по выбору.

Осваивается на 4 курсе в 7 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) на 72 часа(ов).

Контактная работа - 48 часа(ов), в том числе лекции - 24 часа(ов), практические занятия - 24 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 24 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет в 7 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Основы маркетинга в социальных сетях.	7	4	4	0	4

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Сущность и понятие контент-маркетинга.	7	4	4	0	4
3.	Тема 3. Управление контентом на предприятии.	7	4	4	0	4
4.	Тема 4. Информационные системы управления контентом.	7	4	4	0	4
5.	Тема 5. Контент как инструмент взаимодействия в социальных сетях.	7	4	4	0	4
6.	Тема 6. Структура планирования контента в социальных сетях.	7	2	2	0	2
7.	Тема 7. Эффективность контент - маркетинга в социальных сетях.	7	2	2	0	2
	Итого		24	24	0	24

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Основы маркетинга в социальных сетях.

1. Сущность и понятие маркетинга в социальных сетях.
2. Необходимость и актуальность маркетинга в социальных сетях.
3. Направления маркетинга в социальных сетях.
4. История развития маркетинга в социальных сетях.
5. Планирование маркетинга в социальных сетях.
6. Социальные сети, как инструмент взаимодействия с партнерами организации.
7. Современные тенденции маркетинга в социальных сетях.

Тема 2. Сущность и понятие контент-маркетинга.

1. Сущность и понятие контент-маркетинга.
2. Правила управления и составления контента.
3. Основные виды контента.
4. Новостной контент.
5. Развлекательный контент.
6. Мультимедиа контент.
7. Репутационный контент.
8. Образовательный контент.
9. Ментальная карта проекта.
10. Контент-планирование.
11. Этапы составления контент-плана.
12. Контент - анализ и его этапы.

Тема 3. Управление контентом на предприятии.

1. Сферы управления контентом.
2. Интернет-версии печатных, теле- и радио СМИ.
3. Производственный контент-менеджмент.
4. Информационный контент-менеджмент.
5. Этапы создания системы управления контентом.
6. Лица, ответственные за создание и ведение контента.
7. Субъекты управления контентом.
8. SMM-специалист.
9. Копирайтер.
10. Дизайнер контента.

Тема 4. Информационные системы управления контентом.

1. Сайты: виды и содержание.

2. Структурные преимущества онлайн-СМИ.
3. Функции онлайн-СМИ для офлайн-СМИ.
4. Функции офлайн-СМИ для онлайн-СМИ.
5. Средства обработки контента.
6. Программы управления контентом.
7. Онлайн-инструменты для построения контент-плана.
8. Взаимодействие между участниками.
9. Корпоративная значимость контента.
10. Репутация и взаимодействие в управлении контентом.
11. Процессы жизненного цикла контента: создание, сбор, проверка, утверждение, публикация, распространение и архивирование.
12. Методы сбора информации для расширения внешних связей с деловыми партнерами с помощью социальных сетей.

Тема 5. Контент как инструмент взаимодействия в социальных сетях.

1. Составляющие и формы социального взаимодействия.
2. Принципы формирования контента в социальных сетях.
3. История социальных сетей.
4. Основные виды социальных сетей.
5. Специфические функции социальных сетей.
6. Социальная сеть ВКонтакте.
7. Социальная сеть Facebook.
8. Социальная сеть Instagram.
9. Социальная сеть Twitter.
10. Социальная сеть Одноклассники.
11. Рекламные возможности социальных сетей.
12. Основы продвижения в социальных сетях.
13. Инструменты организации и поддержания связей с деловыми партнерами в социальных сетях

Тема 6. Структура планирования контента в социальных сетях.

1. Этапы планирования контента.
2. Архитектура сайта.
3. Организация контента в целевой группе (таргетинг).
4. Карта релевантности.
5. Настройка рекламного сообщения по ключевым характеристикам пользователей в Интернете.
6. Сущность и виды контент-стратегий.
7. Примеры существующих контент-стратегий.
8. Ретаргетинг пользователей.

Тема 7. Эффективность контент-маркетинга в социальных сетях.

1. Коммерческая эффективность контента.
2. Конкурентный анализ.
3. Социально-коммуникативная эффективность контента.
4. Коммуникативные и репутационные риски при разработке контент-стратегий.
5. Ключевые показатели эффективности.
6. Тренды развития контент-менеджмента в социальных сетях.
7. Видеоконтент как актуальный способ взаимодействия с пользователями.

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;
- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR. - <https://www.sostav.ru/>

Портал по Интернет-продвижению - Netology.ru

Сайт о Интернет-маркетинге - <https://rusability.ru/>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	Перед лекцией обучающиеся получают от преподавателя перечень литературных источников по которым они должны освоить информацию в рамках данного курса. Лекционный материал может быть законспектирован студентом самостоятельно, либо освоен из ЭОР по данной дисциплине. Во время лекции обучающийся может задать вопрос у преподавателя, в рамках темы, обратив на себя внимание поднятием руки вверх.

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	Темы практического занятия озвучивает преподаватель семинарского занятия заранее, чтобы обучающийся смог самостоятельно подготовиться по вопросам, кейсам. Практические занятия являются активной формой обсуждения темы или кейса, по итогам занятия преподаватель ставит студенту оценку, которая учитывается в рейтинге по итогам освоения курса
самостоятельная работа	Самостоятельная работа в рамках дисциплины включает в себя блок заданий, который обучающийся осваивает самостоятельно, преподавателю сдаётся работа в рамках СРС в установленный преподавателем график. Самостоятельная работа, является обязательным блоком освоения дисциплины и также влияет на допуск студента до зачета.
зачет	К зачету обучающийся допускается только в том случае, если все текущие контрольные точки сданы вовремя и у преподавателя нет нареканий и замечаний. На усмотрение преподавателя обучающийся может получить зачет автоматически по итогам работы на семинарских занятиях. Зачет ставится только в том случае когда во время семинарских занятий обучающийся подтвердил освоение компетенций.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

Мультимедийная аудитория.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;

- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки "Маркетинг".

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
ФТД.ДВ.01.01.03 Медиапланирование и маркетинг в
социальных сетях

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2021

Основная литература:

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация 'Дашков и К-', 2020. - 352 с. - ISBN 978-5-394-02474-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091183> (дата обращения: 12.05.2020). - Режим доступа: по подписке.
2. Сенаторов, А. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях: Учебное пособие / Сенаторов А. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 153 с.: ISBN 978-5-9614-5526-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002559> (дата обращения: 12.05.2020). - Режим доступа: по подписке.
3. Эйнштейн, М. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / Эйнштейн М. - М.: Альпина Паблишер, 2017. - 301 с. ISBN 978-5-9614-6243-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003009> (дата обращения: 12.05.2020). - Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас: Практическое руководство / Загребельный Г.В., Боровик М.Ю., Меркулович Т.В. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 270 с.: ISBN 978-5-9614-5816-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003527> (дата обращения: 12.05.2020). - Режим доступа: по подписке.
2. Кеннеди, Д. Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум: Учебное пособие / Кеннеди Д. - М.: Альпина Паблишер, 2017. - 344 с.: ISBN 978-5-9614-6179-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002298> (дата обращения: 12.05.2020). - Режим доступа: по подписке.
3. Бацион, Н. В. Менеджмент в рекламе: Учебное пособие / Н.В. Бацион; Иркутский государственный технический университет. - Москва : ИЦ РИОР: ИНФРА-М, 2010. - 175 с. ISBN 978-5-369-00601-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/186094> (дата обращения: 12.05.2020). - Режим доступа: по подписке.

*Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
ФТД.ДВ.01.01.03 Медиапланирование и маркетинг в
социальных сетях*

Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Маркетинг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2021

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.