

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 24.06.2025 15:59:34
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования

«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

«_____» _____ 20__ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины/модуля: SMM-сопровождение в конгрессно-
выставочной деятельности

направление подготовки/специальность: 43.03.01 Сервис

направленность (профиль) /специализация: Конгрессно
-выставочная деятельность и иностранные языки

форма обучения: очная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 22.04.2025 г. и требованиями ОПОП 43.03.01 Сервис Конгрессно-выставочная деятельность и иностранные языки к результатам освоения дисциплины/модуля

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры
Межкультурной коммуникации
02.05.2025, протокол № 09

Зав. кафедрой _____ Погорелова Светлана Давидовна

Рабочую программу разработал:

старший преподаватель , _____ Ситёва Светлана Сергеевна

1. Цели и задачи освоения дисциплины/модуля

Цель - формирование у обучающихся умений и навыков в области Social Media Marketing (маркетинг в социальных сетях) для оптимизации коммуникативной среды организации в конгрессно-выставочной деятельности.

Задачи:

- 1) формирование знаний и навыков в области коммуникационной, рекламно-информационной, прогнозно-исследовательской деятельности в социальных сетях;
- 2) формирование способности осуществлять разработку контента и планирование мероприятий по продвижению продукции в социальных сетях;
- 3) освоение современных технологий маркетинга в социальных сетях;
- 4) овладение навыками разработки проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению в социальных сетях;
- 5) формирование навыков работы с аудиториями социальных сетей (освоение инструментария комьюнити-менеджмента).

2. Место дисциплины/модуля в структуре ОПОП ВО

Дисциплина/модуль относится к дисциплинам/модулям части учебного плана формируемого участниками образовательных отношений образовательной программы.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины/модуля являются:

Знание:

- современных моделей и инструментов маркетинга;
- профессиональной терминологии в области маркетинга, в том числе на английском языке;

Умение:

- использовать современные методы и инструменты планирования и оценки маркетинга;
- объяснять выбор методов планирования и обосновывать решения по коммуникациям и исследованиям;

Владение:

- методами планирования, организации и оценки эффективности коммуникационных кампаний по формированию узнаваемости личного бренда или организации;
- методами поиска причин современных явлений и процессов в онлайн-коммуникации.

Содержание дисциплины/модуля является логическим продолжением содержания дисциплин:

Налоговое право и антикризисное управление

Системы искусственного интеллекта

Цифровая культура

Аналитика данных

Маркетинг

Критическое мышление и аргументация

и служит основой для освоения дисциплин/ модулей:

Преддипломная практика

Рекламная коммуникация

3. Результаты обучения по дисциплине/модулю

Процесс изучения дисциплины/модуля направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Осуществляет выбор актуальных российских и зарубежных источников, а также поиск, сбор и обработку информации, необходимой для решения поставленной задачи	Знать: УК-1.1-31 Знать УК.1.1 3.1: особенности коммуникационной, рекламно-информационной, прогнозно-исследовательской деятельности в социальных сетях;
		Уметь: УК-1.1-У1 Уметь УК.1.1У.1: строить эффективные коммуникации с аудиторией сообществ (комьюнити-менеджмент);
		Владеть: УК-1.1-В1 Владеть УК.1.1 В.1: навыками сбора и анализа информации, касающейся продвижения контента в социальных сетях;
ПКС-5 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПКС-5.2 Использует в профессиональной деятельности технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	Знать: ПКС-5.2-31 Знать ПКС -5.2 3.2: современные технические средства цифрового видеоборудования и основные этапы работы в программах обработки аудио и видеoinформации;
		Уметь: ПКС-5.2-У1 Уметь ПКС-5.2 У.2: ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности;
		Владеть: ПКС-5.2-В1 Владеть ПКС-5.2 В.2: навыками размещения текстов и информации других видов в социальных медиа;
ПКС-7 Способен применять технологии	ПКС-7.1 Формирует информационный портфель	Знать: ПКС-7.1-31 Знать ПКС -7.1 3.3: состав и

маркетинговых коммуникаций при планировании и реализации мероприятий в сфере конгрессно-выставочной деятельности	организации с целью участия в мероприятиях в сфере конгрессно-выставочной деятельности	особенности аудитории различных социальных медиа;
ПКС-7 Способен применять технологии маркетинговых коммуникаций при планировании и реализации мероприятий в сфере конгрессно-выставочной деятельности	ПКС-7.1 Формирует информационный портфель организации с целью участия в мероприятиях в сфере конгрессно-выставочной деятельности	Уметь: ПКС-7.1-У1 Уметь ПКС-7.1 У.3: использовать инструментарий современных социальных медиа для продвижения в сфере конгрессно-выставочной деятельности;
		Владеть: ПКС-7.1-В1 Владеть ПКС-7.1 В.3: методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации о мероприятиях в сфере конгрессно-выставочной деятельности

4. Объем дисциплины/модуля

Общая трудоемкость дисциплины/модуля составляет 3 зачетных единиц 108 акад. часов.

Таблица 4.1

Курс	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час.	Форма промежуточной аттестации
	Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
4	12	22		74		Зачёт

5. Структура и содержание дисциплины/модуля

5.1. Структура дисциплины/модуля.

Структура дисциплины/модуля	Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Л.	Пр.	Лаб.				
1. Раздел 1. Social Media Marketing: сущность, цели, функции и элементы; инструменты и методы продвижения в социальных сетях							
1.1 Тема 1.1. История возникновения, виды и характеристики социальных сетей. Преимущества, цели и задачи социальных сетей как рекламоносителя.	1	2		6	9	УК-1.1-31, УК-1.1-У1, УК-1.1-В1, ПКС-7.1-31, ПКС-7.1-У1, ПКС-7.1-В1	Круглый стол №1 (Приложение 1) Круглый стол №2 (Приложение 1) Дискуссия №1 (Приложение 2)
1.2 Тема 1.2. Навыки и компетенции SMM-специалиста. Бриф как источник информации для разработки стратегии.	1	2		6	9	УК-1.1-31, УК-1.1-У1, УК-1.1-В1, ПКС-7.1-31, ПКС-7.1-У1, ПКС-7.1-В1	Круглый стол №1 (Приложение 1) Круглый стол №2 (Приложение 1) Дискуссия №1 (Приложение 2)
1.3 Тема 1.3. Создание каталога социальных сетей (Вконтакте, Youtube, Одноклассники, Телеграмм: описание направленности, ядро аудитории, история возникновения, показатели популярности (размер аудитории), а также доступных методов продвижения.	2	2		8	12	УК-1.1-31, УК-1.1-У1, УК-1.1-В1, ПКС-7.1-31, ПКС-7.1-У1, ПКС-7.1-В1	Круглый стол №1 (Приложение 1) Круглый стол №2 (Приложение 1) Дискуссия №1 (Приложение 2)
Итого по разделу	4	6		20	30		
2. Раздел 2. Контент-маркетинг: задачи, принципы, методы и инструменты создания контента							

2.1 Тема 2.1. Контент-стратегия и контент-план. Анализ и создание упаковки сообществ, разработка рубрик.	2	2		6	10	ПКС-5.2-31, ПКС-5.2-У1, ПКС-5.2-В1, ПКС-7.1-31, ПКС-7.1-У1, ПКС-7.1-В1	Групповые творческие задания (Приложение 3) Презентация №1 (Приложение 4) Дискуссия №2 (Приложение 2)
2.2 Тема 2.2. Мессенджер-маркетинг: чат-бот, автоворонка. Дизайн в соцсетях. Обзор сервисов и приложений для дизайна и работы с текстами.	1	2		6	9	ПКС-5.2-31, ПКС-5.2-У1, ПКС-5.2-В1, ПКС-7.1-31, ПКС-7.1-У1, ПКС-7.1-В1	Групповые творческие задания (Приложение 3) Презентация №1 (Приложение 4) Дискуссия №2 (Приложение 2)
2.3 Тема 2.3. Контент-стратегия и контент план: типы контента, понятие рубрики. Разработка упаковки сообщества в соответствии с чек-листом. Создание продающих текстов по моделям AIDA, PMPHS.	1	2		8	11	ПКС-5.2-31, ПКС-5.2-У1, ПКС-5.2-В1, ПКС-7.1-31, ПКС-7.1-У1, ПКС-7.1-В1	Групповые творческие задания (Приложение 3) Презентация №1 (Приложение 4) Дискуссия №2 (Приложение 2)
Итого по разделу	4	6		20	30		
3. Раздел 3. Вовлеченность: понятие и инструменты управления. Комьюнити-менеджмент							
3.1 Тема 3.1. Вовлеченность ER (Engagement Rate) и индекс вовлеченности (Engagement Index Rate): предпосылки возникновения, цели и инструменты управления: визуальные, содержательные, рекламные, технические, репутационные.	1	2		10	13	ПКС-5.2-31, ПКС-5.2-У1, ПКС-5.2-В1, ПКС-7.1-31, ПКС-7.1-У1, ПКС-7.1-В1	Презентация №2 (Приложение 4) Деловая игра (Приложение 5) Доклады (Приложение 6) Эссе (Приложение 7)
3.2 Тема 3.2. Комьюнити-менеджмент: понятие, цели, задачи, методы и правила взаимодействия с аудиториями сообществ. Виды коммуникаций в сообществах. Роль отзывов в SMM, правила работы с отзывами.	1	2		7	10	ПКС-5.2-31, ПКС-5.2-У1, ПКС-5.2-В1, ПКС-7.1-31, ПКС-7.1-У1, ПКС-7.1-В1	Презентация №2 (Приложение 4) Деловая игра (Приложение 5) Доклады (Приложение 6) Эссе (Приложение 7)
3.3 Тема 3.3. Расчет показателей вовлеченности для	1	2		7	10	ПКС-5.2-31, ПКС-5.2-У1, ПКС-5.2-В1, ПКС-7.1-31, ПКС-7.1-У1, ПКС-7.1-В1	Презентация №2

отдельного поста и для сообщества в целом. Разработка программы по управлению вовлечённостью сообщества.						В1, ПКС-7.1-31, ПКС-7.1-У1, ПКС-7.1-В1	(Приложение 4) Деловая игра (Приложение 5) Доклады (Приложение 6) Эссе (Приложение 7)
3.4 Тема 3.4. Инструментарий современных социальных медиа для продвижения в сфере конгрессно-выставочной деятельности.	1	4		10	15	ПКС-5.2-31, ПКС-5.2-У1, ПКС-5.2-В1, ПКС-7.1-31, ПКС-7.1-У1, ПКС-7.1-В1	Презентация №2 (Приложение 4) Деловая игра (Приложение 5) Доклады (Приложение 6) Эссе (Приложение 7)
Итого по разделу	4	10		34	48		
Зачет							
Итого по дисциплине	12	22		74	108		

5.2. Содержание дисциплины/модуля.

1. Раздел 1. Social Media Marketing: сущность, цели, функции и элементы; инструменты и методы продвижения в социальных сетях

1.1 Тема 1.1. История возникновения, виды и характеристики социальных сетей. Преимущества, цели и задачи социальных сетей как рекламоносителя.

1.2 Тема 1.2. Навыки и компетенции SMM-специалиста. Бриф как источник информации для разработки стратегии.

1.3 Тема 1.3. Создание каталога социальных сетей (Вконтакте, Youtube, Одноклассники, Телеграмм: описание направленности, ядро аудитории, история возникновения, показатели популярности (размер аудитории), а также доступных методов продвижения.

2. Раздел 2. Контент-маркетинг: задачи, принципы, методы и инструменты создания контента

2.1 Тема 2.1. Контент-стратегия и контент-план. Анализ и создание упаковки сообществ, разработка рубрик.

2.2 Тема 2.2. Мессенджер-маркетинг: чат-бот, автоворонка. Дизайн в соцсетях. Обзор сервисов и приложений для дизайна и работы с текстами.

2.3 Тема 2.3. Контент-стратегия и контент план: типы контента, понятие рубрики. Разработка упаковки сообщества в соответствии с чек-листом. Создание продающих текстов по моделям AIDA, RMPHS.

3. Раздел 3. Вовлеченность: понятие и инструменты управления. Комьюнити-менеджмент

3.1 Тема 3.1. Вовлеченность ER (Engagement Rate) и индекс вовлеченности (Engagement Index Rate): предпосылки возникновения, цели и инструменты управления: визуальные, содержательные, рекламные, технические, репутационные.

3.2 Тема 3.2. Комьюнити-менеджмент: понятие, цели, задачи, методы и правила взаимодействия с аудиториями сообществ. Виды коммуникаций в сообществах. Роль отзывов в SMM, правила работы с отзывами.

3.3 Тема 3.3. Расчет показателей вовлеченности для отдельного поста и для сообщества в целом. Разработка программы по управлению вовлеченностью сообщества.

3.4 Тема 3.4. Инструментарий современных социальных медиа для продвижения в сфере конгрессно-выставочной деятельности.

5.2.2. Содержание дисциплины/модуля по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема лекционного занятия
1. Раздел 1. Social Media Marketing: сущность, цели, функции и элементы; инструменты и методы продвижения в социальных сетях	1	Тема 1.1. История возникновения, виды и характеристики социальных сетей. Преимущества, цели и задачи социальных сетей как рекламоносителя.
1. Раздел 1. Social Media Marketing: сущность, цели, функции и элементы; инструменты и методы продвижения в социальных сетях	1	Тема 1.2. Навыки и компетенции SMM-специалиста. Бриф как источник информации для разработки стратегии.
1. Раздел 1. Social Media Marketing: сущность, цели, функции и элементы; инструменты и методы продвижения в социальных сетях	2	Тема 1.3. Создание каталога социальных сетей (Вконтакте, Youtube, Одноклассники, Телеграмм: описание направленности, ядро аудитории, история возникновения, показатели популярности (размер аудитории), а также доступных методов продвижения.
2. Раздел 2. Контент-маркетинг: задачи, принципы, методы и инструменты создания контента	2	Тема 2.1. Контент-стратегия и контент-план. Анализ и создание упаковки сообществ, разработка рубрик.
2. Раздел 2. Контент-маркетинг: задачи, принципы, методы и инструменты создания контента	1	Тема 2.2. Мессенджер-маркетинг: чат-бот, автоворонка. Дизайн в соцсетях. Обзор сервисов и приложений для дизайна и работы с текстами.
2. Раздел 2. Контент-маркетинг: задачи, принципы, методы и инструменты создания контента	1	Тема 2.3. Контент-стратегия и контент план: типы контента, понятие рубрики. Разработка упаковки сообщества в соответствии с чек-листом. Создание продающих текстов по моделям AIDA, RMPHS.

3. Раздел 3. Вовлеченность: понятие и инструменты управления. Комьюнити-менеджмент	1	Тема 3.1. Вовлеченность ER (Engagement Rate) и индекс вовлеченности (Engagement Index Rate): предпосылки возникновения, цели и инструменты управления: визуальные, содержательные, рекламные, технические, репутационные.
3. Раздел 3. Вовлеченность: понятие и инструменты управления. Комьюнити-менеджмент	1	Тема 3.2. Комьюнити-менеджмент: понятие, цели, задачи, методы и правила взаимодействия с аудиториями сообществ. Виды коммуникаций в сообществах. Роль отзывов в SMM, правила работы с отзывами.
3. Раздел 3. Вовлеченность: понятие и инструменты управления. Комьюнити-менеджмент	1	Тема 3.3. Расчет показателей вовлеченности для отдельного поста и для сообщества в целом. Разработка программы по управлению вовлеченностью сообщества.
3. Раздел 3. Вовлеченность: понятие и инструменты управления. Комьюнити-менеджмент	1	Тема 3.4. Инструментарий современных социальных медиа для продвижения в сфере конгрессно-выставочной деятельности.
Итого	12	

Практические занятия

Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема практического занятия
1. Раздел 1. Social Media Marketing: сущность, цели, функции и элементы; инструменты и методы продвижения в социальных сетях	2	Тема 1.1. История возникновения, виды и характеристики социальных сетей. Преимущества, цели и задачи социальных сетей как рекламоносителя.
1. Раздел 1. Social Media Marketing: сущность, цели, функции и элементы; инструменты и методы продвижения в социальных сетях	2	Тема 1.2. Навыки и компетенции SMM-специалиста. Бриф как источник информации для разработки стратегии.
1. Раздел 1. Social Media Marketing: сущность, цели, функции и элементы; инструменты и методы продвижения в социальных сетях	2	Тема 1.3. Создание каталога социальных сетей (Вконтакте, Youtube, Одноклассники, Телеграмм: описание направленности, ядро аудитории, история возникновения, показатели популярности (размер аудитории), а также доступных методов продвижения.
2. Раздел 2. Контент-маркетинг: задачи, принципы, методы и инструменты создания контента	2	Тема 2.1. Сущность и понятие контент-менеджмента. Правила управления и составления контента. Основные виды контента. Контент - анализ и его этапы. Социальные медиа: переход на новый уровень. Различия в понятиях «маркетинг» и «социальные медиа». Важность создания уникального торгового предложения. Нишевой маркетинг.
2. Раздел 2. Контент-маркетинг: задачи, принципы, методы и инструменты создания контента	2	Тема 2.2. Мессенджер-маркетинг: чат-бот, автоворонка. Дизайн в соцсетях. Обзор сервисов и приложений для дизайна и работы с текстами.
2. Раздел 2. Контент-маркетинг: задачи, принципы, методы и инструменты создания контента	2	Тема 2.3. Контент-стратегия и контент план: типы контента, понятие рубрики. Разработка упаковки сообщества в соответствии с чек-листом. Создание продающих текстов по моделям AIDA, RMPHS.

3. Раздел 3. Вовлеченность: понятие и инструменты управления. Комьюнити-менеджмент	2	Тема 3.1. Вовлеченность ER (Engagement Rate) и индекс вовлеченности (Engagement Index Rate): предпосылки возникновения, цели и инструменты управления: визуальные, содержательные, рекламные, технические, репутационные.
3. Раздел 3. Вовлеченность: понятие и инструменты управления. Комьюнити-менеджмент	2	Тема 3.2. Комьюнити-менеджмент: понятие, цели, задачи, методы и правила взаимодействия с аудиториями сообществ. Виды коммуникаций в сообществах. Роль отзывов в SMM, правила работы с отзывами.
3. Раздел 3. Вовлеченность: понятие и инструменты управления. Комьюнити-менеджмент	2	Тема 3.3. Расчет показателей вовлеченности для отдельного поста и для сообщества в целом. Разработка программы по управлению вовлеченностью сообщества.
3. Раздел 3. Вовлеченность: понятие и инструменты управления. Комьюнити-менеджмент	4	Тема 3.4. Инструментарий современных социальных медиа для продвижения в сфере конгрессно-выставочной деятельности.
Итого	22	

Самостоятельная работа студента

Номер раздела дисциплины	Объем, час.	Тема	Вид СРС
1. Раздел 1. Social Media Marketing: сущность, цели, функции и элементы; инструменты и методы продвижения в социальных сетях	6	Тема 1.1. История возникновения, виды и характеристики социальных сетей. Преимущества, цели и задачи социальных сетей как рекламоносителя.	Подготовка к практическим занятиям, выполнение домашних заданий
1. Раздел 1. Social Media Marketing: сущность, цели, функции и элементы; инструменты и методы продвижения в социальных сетях	6	Тема 1.2. Навыки и компетенции SMM-специалиста. Бриф как источник информации для разработки стратегии.	Подготовка к практическим занятиям, выполнение домашних заданий
1. Раздел 1. Social Media Marketing: сущность, цели, функции и элементы; инструменты и методы продвижения в социальных сетях	8	Тема 1.3. Создание каталога социальных сетей (Вконтакте, Youtube, Одноклассники, Телеграмм: описание направленности, ядро аудитории, история возникновения, показатели популярности (размер аудитории), а также доступных методов продвижения.	Подготовка к практическим занятиям, выполнение домашних заданий

2. Раздел 2. Контент-маркетинг: задачи, принципы, методы и инструменты создания контента	6	Тема 2.1. Сущность и понятие контент-менеджмента. Правила управления и составления контента. Основные виды контента. Контент - анализ и его этапы. Социальные медиа: переход на новый уровень. Различие в понятиях «маркетинг» и «социальные медиа». Важность создания уникального торгового предложения. Нишевой маркетинг.	Подготовка к практическим занятиям, выполнение домашних заданий
2. Раздел 2. Контент-маркетинг: задачи, принципы, методы и инструменты создания контента	6	Тема 2.2. Мессенджер-маркетинг: чат-бот, автоворонка. Дизайн в соцсетях. Обзор сервисов и приложений для дизайна и работы с текстами.	Подготовка к практическим занятиям, выполнение домашних заданий
2. Раздел 2. Контент-маркетинг: задачи, принципы, методы и инструменты создания контента	8	Тема 2.3. Контент-стратегия и контент план: типы контента, понятие рубрики. Разработка упаковки сообщества в соответствии с чек-листом. Создание продающих текстов по моделям AIDA, RMPHS.	Подготовка к практическим занятиям, выполнение домашних заданий
3. Раздел 3. Вовлеченность: понятие и инструменты управления. Комьюнити-менеджмент	10	Тема 3.1. Вовлеченность ER (Engagement Rate) и индекс вовлеченности (Engagement Index Rate): предпосылки возникновения, цели и инструменты управления: визуальные, содержательные, рекламные, технические, репутационные.	Подготовка к практическим занятиям, выполнение домашних заданий

3. Раздел 3. Вовлеченность: понятие и инструменты управления. Комьюнити-менеджмент	7	Тема 3.2. Комьюнити-менеджмент: понятие, цели, задачи, методы и правила взаимодействия с аудиториями сообществ. Виды коммуникаций в сообществах. Роль отзывов в SMM, правила работы с отзывами.	Подготовка к практическим занятиям, выполнение домашних заданий
3. Раздел 3. Вовлеченность: понятие и инструменты управления. Комьюнити-менеджмент	7	Тема 3.3. Расчет показателей вовлеченности для отдельного поста и для сообщества в целом. Разработка программы по управлению вовлеченностью сообщества.	Подготовка к практическим занятиям, выполнение домашних заданий
3. Раздел 3. Вовлеченность: понятие и инструменты управления. Комьюнити-менеджмент	10	Тема 3.4. Инструментарий современных социальных медиа для продвижения в сфере конгрессно-выставочной деятельности.	Подготовка к практическим занятиям, выполнение домашних заданий
Итого	74		

5.2.3. Преподавание дисциплины/модуля ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- технология коллективного обучения;
- технология витагенного обучения;
- технология предметно-ориентированного обучения;
- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

6. Тематика курсовых работ/проектов

не предусмотрены

7. Контрольные работы

не предусмотрены

8. Оценка результатов освоения дисциплины/модуля

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся представлена ниже.

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1 текущая аттестация		
1	Участие в работе круглого стола №1 по теме 1.1	10
2	Участие в работе круглого стола №2 по теме 1.2	10
3	Участие в дискуссии № 1 по теме 1.3	10
Итого:		30
2 текущая аттестация		
1	Подготовка презентации №1 по теме 2.2	10
2	Выполнение групповых творческих заданий по темам 2.1, 2.3	10
3	Участие в дискуссии № 2 по теме 2.3	10
Итого:		30
3 текущая аттестация		
1	Подготовка презентации №2 по теме 3.1	10
2	Участие в деловой игре по теме 3.2	10
3	Подготовка докладов по теме 3.3	10
4	Подготовка эссе по теме 3.4	10
Итого:		40
ВСЕГО:		100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины/модуля

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

□ Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ

<http://webirbis.tsogu.ru/>

□ Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART

— <https://www.iprbookshop.ru/>

□ Электронно-библиотечная система «Консультант студента»

www.studentlibrary.ru

□ Электронно-библиотечная система «Лань» <https://e.lanbook.com>

□ Образовательная платформа ЮРАЙТ www.urait.ru

□ Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>

□ Национальная электронная библиотека (НЭБ)

□ Библиотеки нефтяных вузов России :

□ Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина

<http://elib.gubkin.ru/>,

□ Электронная библиотека Уфимского государственного нефтяного

технического университета <http://bibl.rusoil.net/>,

□ Библиотечно-информационный комплекс Ухтинского государственного

технического университета УГТУ <http://lib.ugtu.net/books>.

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства

Microsoft Office Professional Plus

Microsoft Windows

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы	Перечень основного оборудования, учебно-наглядных пособий
1	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. 625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Луначарского, д.2
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (практические занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. 625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Луначарского, д.2

11. Методические указания по организации СРС

- Методические указания по подготовке к практическим занятиям.

Подготовка к практическим занятиям осуществляется по темам, представленным в рабочей программе дисциплины. Обучающимся предлагается список учебной литературы для усвоения основных понятий и теоретических положений темы, задания различного характера, ориентированные как на воспроизведение изученной информации, так и формирование умений и навыков в различных аспектах.

Обучающемуся рекомендуется следующая схема подготовки к занятию:

1. Проработать конспект лекций;
2. Изучить рекомендованную литературу;
3. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

- Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа является одной из важнейших форм изучения любой дисциплины. Она позволяет систематизировать и углубить теоретические знания, закрепить умения и навыки, способствует развитию умений пользоваться научной и учебно-методической литературой. Познавательная деятельность в процессе самостоятельной работы требует от обучающегося высокого уровня активности и самоорганизованности.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию. Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся представляет собой логическое продолжение аудиторных занятий. Затраты времени на выполнение этой работы регламентируются рабочим учебным планом. Режим работы выбирает сам обучающийся в зависимости от своих способностей и конкретных условий.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся.

Самостоятельная работа включает в себя работу с конспектом лекций, изучение и конспектирование рекомендуемой литературы, подготовка мультимедиа-сообщений/докладов, подготовка реферата, тестирование, решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, выполнение чертежей, схем, расчетов (графических работ), решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, научно-исследовательскую работу и др.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина/модуль SMM-сопровождение в конгрессно-выставочной деятельности

Код, направление подготовки/специальность 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль) / специализация Конгрессно-выставочная деятельность и иностранные языки

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
УК-1	Знать: УК-1.1-31 Знать УК.1.1 3.1: особенности коммуникационной, рекламно-информационной, прогнозно-исследовательской деятельности в социальных сетях;	Не знает особенности коммуникационной, рекламно-информационной, прогнозно-исследовательской деятельности в социальных сетях	Знает особенности коммуникационной, рекламно-информационной, прогнозно-исследовательской деятельности в социальных сетях, допуская ряд ошибок	Знает особенности коммуникационной, рекламно-информационной, прогнозно-исследовательской деятельности в социальных сетях, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает особенности коммуникационной, рекламно-информационной, прогнозно-исследовательской деятельности в социальных сетях
УК-1	Уметь: УК-1.1-У1 Уметь УК.1.1У.1: строить эффективные коммуникации с аудиторией сообществ (комьюнити-менеджмент);	Не умеет строить эффективные коммуникации с аудиторией сообществ (комьюнити-менеджмент)	Умеет строить эффективные коммуникации с аудиторией сообществ (комьюнити-менеджмент), допуская ряд ошибок	Умеет строить эффективные коммуникации с аудиторией сообществ (комьюнити-менеджмент), допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет строить эффективные коммуникации с аудиторией сообществ (комьюнити-менеджмент)
УК-1	Владеть: УК-1.1-В1 Владеть УК.1.1 В.1: навыками сбора и анализа информации, касающейся продвижения контента в социальных сетях;	Не владеет навыками сбора и анализа информации, касающейся продвижения контента в социальных сетях	Владеет навыками сбора и анализа информации, касающейся продвижения контента в социальных сетях, допуская ряд ошибок	Владеет навыками сбора и анализа информации, касающейся продвижения контента в социальных сетях, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет навыками сбора и анализа информации, касающейся продвижения контента в социальных сетях

ПКС-5	Знать: ПКС-5.2-31 Знать ПКС-5.2 3.2: современные технические средства цифрового видеоборудования и основные этапы работы в программах обработки аудио и видеоинформации;	Не знает современные технические средства цифрового видеоборудования и основные этапы работы в программах обработки аудио и видеоинформации	Знает современные технические средства цифрового видеоборудования и основные этапы работы в программах обработки аудио и видеоинформации, допуская ряд ошибок	Знает современные технические средства цифрового видеоборудования и основные этапы работы в программах обработки аудио и видеоинформации, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает современные технические средства цифрового видеоборудования и основные этапы работы в программах обработки аудио и видеоинформации
ПКС-5	Уметь: ПКС-5.2-У1 Уметь ПКС-5.2 У.2: ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности;	Не умеет ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Умеет ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности, допуская ряд ошибок	Умеет ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности
ПКС-5	Владеть: ПКС-5.2-В1 Владеть ПКС-5.2 В.2: навыками размещения текстов и информации других видов в социальных медиа;	Не владеет навыками размещения текстов и информации других видов в социальных медиа	Владеет навыками размещения текстов и информации других видов в социальных медиа, допуская ряд ошибок	Владеет навыками размещения текстов и информации других видов в социальных медиа, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет навыками размещения текстов и информации других видов в социальных медиа
ПКС-7	Знать: ПКС-7.1-31 Знать ПКС-7.1 3.3: состав и особенности аудитории различных социальных медиа;	Не знает состав и особенности аудитории различных социальных медиа	Знает состав и особенности аудитории различных социальных медиа допуская ряд ошибок	Знает состав и особенности аудитории различных социальных медиа, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает состав и особенности аудитории различных социальных медиа

ПКС-7	Уметь: ПКС-7.1-У1 Уметь ПКС-7.1 У.3: использовать инструментарий современных социальных медиа для продвижения в сфере конгрессно-выставочной деятельности;	Не умеет использовать инструментарий современных социальных медиа для продвижения в сфере конгрессно-выставочной деятельности	Умеет использовать инструментарий современных социальных медиа для продвижения в сфере конгрессно-выставочной деятельности, допуская ряд ошибок	Умеет использовать инструментарий современных социальных медиа для продвижения в сфере конгрессно-выставочной деятельности, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет использовать инструментарий современных социальных медиа для продвижения в сфере конгрессно-выставочной деятельности
ПКС-7	Владеть: ПКС-7.1-В1 Владеть ПКС-7.1 В.3: методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации о мероприятиях в сфере конгрессно-выставочной деятельности	Не владеет методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации о мероприятиях в сфере конгрессно-выставочной деятельности	Владеет методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации о мероприятиях в сфере конгрессно-выставочной деятельности, допуская ряд ошибок	Владеет методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации о мероприятиях в сфере конгрессно-выставочной деятельности, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет методами выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации о мероприятиях в сфере конгрессно-выставочной деятельности

КАРТА
обеспеченности дисциплины (модуля) учебной и учебно-методической
литературой

Дисциплина/модуль SMM-сопровождение в конгрессно-выставочной деятельности

Код, направление подготовки/специальность 43.03.01 Сервис

Направленность (профиль) / специализация Конгрессно-выставочная деятельность и иностранные языки

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. - Москва : Дашков и К, 2021. - 352 с. - URL: https://e.lanbook.com/book/229319	ЭР*	30	100	+
2	Инновационный маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2020. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/457376	ЭР*	30	100	+

*ЭР – электронный ресурс доступный через Электронный каталог/Электронную библиотеку ТИУ
<http://webirbis.tsogu.ru/>

Лист согласования 00ДО-0000824123

Внутренний документ "SMM-сопровождение в конгрессно-выставочной деятельности_2025_43.03.01_КВДб"

Документ подготовил: Зайцева Марина Николаевна

Документ подписал: Погорелова Светлана Давидовна

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат	Дата	Комментарий
	Заведующий кафедрой имеющий ученую степень кандидата наук	Погорелова Светлана Давидовна		Согласовано	16.05.2025	
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна		Согласовано	16.05.2025	
	Ведущий специалист		Руммо Екатерина Леонидовна	Согласовано	19.05.2025	