

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 27.04.2024 12:22:58
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Председатель КСН
 В.В. Пленкина

30 08 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА


дисциплины:	Организация продвижения в социальных сетях
направления подготовки:	38.03.06 Торговое дело
направленность (профиль):	Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности
форма обучения:	очная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 30.08.2021 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) «Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности» к результатам освоения дисциплины «Организация продвижения в социальных сетях».

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры УСиЖКХ
Протокол № 1 от «30» 08 2021 г.

Заведующий кафедрой УСиЖКХ  Е.Г. Матыс

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель образовательной программы  А.А. Габудина

«30» 08 2021 г.

Рабочую программу разработал:

А. А. Габудина, канд. экон.наук, доцент
(И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание)


(подпись)

1. Цель и задачи освоения дисциплины

1.1 Целью освоения дисциплины «Организация продвижения в социальных сетях» является формирование у обучающихся теоретических знаний и приобретение практических навыков в области продвижения в социальных сетях, необходимых в профессиональной деятельности бакалавров по направлению подготовки «Торговое дело».

1.2 Задачи дисциплины:

- овладеть специальными знаниями в области продвижения в социальных сетях;
- рассмотреть современные инструменты продвижения брендов, товаров, работ, услуг;
- получить навыки Social Media Marketing

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Организация продвижения в социальных сетях» относится к факультативным дисциплинам учебного плана.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются полученные ранее знания, умения и практический опыт, сформированный при изучении дисциплин учебного плана в части сферы маркетинга.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Маркетинг», «Маркетинговые исследования», «Поведение потребителей», и служит основой для освоения дисциплин «Организация управления интернет-продажами».

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
ПКС-5 Способен реализовывать функции комплексного маркетинга организации	ПКС-5 И-5 Реализует стратегию продвижения товаров в организации, в т.ч. в сфере торговли	Знать (З-1): Знать инструменты продвижения товаров и услуг в социальных сетях
		Уметь (У-1): Уметь выбирать средства продвижения товаров и услуг и оценивать их эффективность
		Владеть (В-1): методами и инструментами продвижения в социальных сетях

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 1 зачетная единица, 36 часов.

Таблица 4.1

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/ контактная работа, час			Самостоятельная работа, час	Конт роль	Форма промежуточной аттестации
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
очная	4/7			18	18		зачет

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины

очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1

№ п/п	Структура дисциплины. Номер и наименование раздела	Аудиторные занятия, час			СРС, час	Всего, час	Код ИДК	Оценочные средства
		Л	Пр	Лаб				
1	Обзор социальных сетей	-	-	2	4	6	ПКС -5.5	Устный опрос
2	Инструменты продвижения в социальных сетях	-	-	16	14	30		Лабораторная работа №1-7
Итого:		-	-	18	18	36		

Заочная и очно-заочная формы не предусмотрены.

5.2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Обзор социальных сетей.

Российские и зарубежные социальные сети. Аналитический обзор социальных сетей

Раздел 2. Инструменты продвижения в социальных сетях.

Принципы и методы классического маркетинга, применяемого в социальных сетях.

Инструменты продвижения в различных социальных сетях. SMM-стратегия

5.2.2 Содержание дисциплины по видам учебных занятий

Лекционные занятия

Лекционные занятия не предусмотрены учебным планом.

Практические занятия

Практические занятия не предусмотрены учебным планом

Лабораторные работы

№ п/п	№ раздела дисциплины	Объем, час			Тема лабораторного занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	1	2	-	-	Обзор аналитических ресурсов для социальных сетей. Работа со статистикой. Анализ целевой аудитории
2	2	16	-	-	1. Платные и бесплатные методы продвижения. Составление программы марафона/игры/конкурса. 2. Оформление профиля в социальных сетях. 3. Составление контент-плана 4. Публикация контента. Визуал. 5. Подбор блогеров для платного продвижения 6. Таргет в социальных сетях 7. SMM-стратегия / Чат-боты для соц.сетей
Итого:		18			

Лабораторные работы не предусмотрены учебным планом.

Самостоятельная работа студента

№ п/п	№ раздела дисциплины	Объем, час			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	1	4	-	-	Обзор аналитических ресурсов социальных сетей. Работа со статистикой. Анализ целевой аудитории	Подготовка к устному опросу

№ п/п	№ раздела дисциплины	Объем, час			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
2	2	14	-	-	1. Платные и бесплатные методы продвижения. Составление программы марафона/игры/конкурса. 2. Оформление профиля в социальных сетях. 3. Составление контент-плана 4. Публикация контента. Визуал. 5. Подбор блогеров для платного продвижения 6. Таргет в социальных сетях 7. SMM-стратегия / Чат-боты для соц.сетей	Подготовка к лабораторной работе
Итого:		18	-	-		

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

- визуализация учебного материала в Power Point в диалоговом режиме;
- работа индивидуально и в малых группах (лабораторные занятия);
- разбор практических ситуаций (лабораторные занятия).

6. Тематика курсовых работ

Данный вид нагрузки учебным планом не предусмотрен.

7. Оценка результатов освоения учебной дисциплины

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

7.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлены в таблице 7.1.

Таблица 7.1.

№	Виды контрольных мероприятий текущего контроля	Количество баллов
1 текущая аттестация		
1.1	Устный опрос	10
1.2	Лабораторная работа №1	10
1.3	Лабораторная работа №2	10
ИТОГО за первую текущую аттестацию		30
2 текущая аттестация		
2.1	Лабораторная работа №3	15
2.2	Лабораторная работа №4	15
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		30
3 текущая аттестация		
3.1	Лабораторная работа №5	20
3.2	Лабораторная работа №6	10
3.3	Лабораторная работа №7	10
ИТОГО за третью текущую аттестацию		40
ВСЕГО		100

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в приложении 2.

8.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- ЭБС «Консультант студент»

8.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, том числе отечественного производства: операционная система Microsoft Windows, Microsoft Office, сеть ВКонтакте, Одноклассники и др.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Обеспеченность материально-технических условий реализации ОПОП ВО

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин, практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом
1	Организация продвижения в социальных сетях	Лабораторные занятия: Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторные занятия); групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации, Компьютерный класс. Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте – 12 шт.	625001, Тюменская область, г. Тюмень, ул. Луначарского, д.2

10. Методические указания по организации СРС

10.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям:

Успешная подготовка к практическим занятиям по дисциплине «Организация продвижения в социальных сетях» предполагает активную работу на лабораторных занятиях, систематическое изучение материалов, чтение специальной литературы, работу с аналитическими обзорами и статистической информацией.

10.2 Методические указания по организации самостоятельной работы:

В рамках данной дисциплины предполагается выполнение различных видов самостоятельной работы: изучение теоретического материала по разделам курса, подготовка к лабораторным занятиям.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина Организация продвижения в социальных сетях

Код, направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Направленность Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
ПКС-5 Способен реализовывать функции комплексного маркетинга организации	ПКС-5 И-5 Реализует стратегию продвижения товаров в организации, в т.ч. в сфере торговли	Знать (З-1): инструменты продвижения товаров и услуг в социальных сетях	Не знает инструменты продвижения товаров и услуг в социальных сетях	Знает инструменты продвижения товаров и услуг в социальных сетях, допуская ряд ошибок	Знает инструменты продвижения товаров и услуг в социальных сетях, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает инструменты продвижения товаров и услуг в социальных сетях
		Уметь (У-1): выбирать средства продвижения товаров и услуг и оценивать их эффективность	Не умеет выбирать средства продвижения товаров и услуг и оценивать их эффективность	Умеет выбирать средства продвижения товаров и услуг и оценивать их эффективность, допуская ряд ошибок	Умеет выбирать средства продвижения товаров и услуг и оценивать их эффективность, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет выбирать средства продвижения товаров и услуг и оценивать их эффективность
		Владеть (В-1): методами и инструментами продвижения в социальных сетях	Не владеет методами и инструментами продвижения в социальных сетях	Владеет методами и инструментами продвижения в социальных сетях, допуская ряд ошибок	Владеет методами и инструментами продвижения в социальных сетях, допуская незначительные ошибки	В совершенстве владеет методами и инструментами продвижения в социальных сетях

КАРТА
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина **Организация продвижения в социальных сетях**

Код, направление подготовки **38.03.06 Торговое дело**

Направленность **Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности**

№ п/п	Название учебного и учебно-методического издания, автор, издательство, вид, год издания	Кол-во экземпляров в БИК	Контингент обуч-ся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обуч-ся литер-ой, %	Наличие эл.варианта в ЭБС ТИУ
1	Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468966	ЭР*	30	100	+
2	Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468986	ЭР*	30	100	+

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

Руководитель образовательной программы _____ *А.А.Габудина* А.А.Габудина

30.08 2021 г.

Директор БИК _____ Д. Х. Каюкова



_____ 2021 г.

_____ *Михаил М. Н. Якимберг*