

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сенченко Павел Васильевич
Должность: Проректор по учебной работе
Дата подписания: 03.11.2023 19:56:00
Уникальный программный ключ:
27e516f4c088deb62ba68945f4406e13fd454355

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

SMM-МЕНЕДЖМЕНТ

Уровень образования: **высшее образование - бакалавриат**
Направление подготовки / специальность: **43.03.01 Сервис**
Направленность (профиль) / специализация: **Связи с общественностью (PR) в информационном обществе**
Форма обучения: **очная**
Факультет: **Гуманитарный факультет (ГФ)**
Кафедра: **Кафедра истории и социальной работы (ИСР)**
Курс: **3**
Семестр: **6**
Учебный план набора 2022 года

Объем дисциплины и виды учебной деятельности

Виды учебной деятельности	6 семестр	Всего	Единицы
Лекционные занятия	14	14	часов
Практические занятия	28	28	часов
в т.ч. в форме практической подготовки	8	8	часов
Курсовой проект	14	14	часов
в т.ч. в форме практической подготовки	6	6	часов
Самостоятельная работа	88	88	часов
Подготовка и сдача экзамена	36	36	часов
Общая трудоемкость	180	180	часов
(включая промежуточную аттестацию)	5	5	з.е.

Формы промежуточной аттестация	Семестр
Экзамен	6
Курсовой проект	6

1. Общие положения

1.1. Цели дисциплины

1. Приобретение практических навыков для профессиональной деятельности, направленной на управления репутацией бренда, личности, организации, создание комплекса маркетинговых мероприятий при работах с социальными сетями, анализ тематики площадок в социальных медиа, разработку методов и способов привлечения пользователей в интернет-сообщество.

1.2. Задачи дисциплины

1. Формирование у студентов системы знаний об основных элементах SMM- менеджмента, рекламной деятельности в социальных сетях.
2. Освоение технологии и механизмов создания Internet - сообществ и наполнении их контентом.
3. Формирование умений разработки стратегии продвижения и составления бюджета.
4. Формирование умений работы с таргетированной и контекстной рекламой.
5. Формирование коммуникативных навыков для привлечения подписчиков и «лидеров мнений», активизации процессов их общения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Блок дисциплин: Б1. Дисциплины (модули).

Часть блока дисциплин: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Модуль дисциплин: Модуль направленности (профиля) (major).

Индекс дисциплины: Б1.В.02.15.

Реализуется с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 3.1):

Таблица 3.1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенция	Индикаторы достижения компетенции
Универсальные компетенции	
-	-
Общепрофессиональные компетенции	
-	-
Профессиональные компетенции	
ПК-3. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-3.1. Знает основные принципы организации работ по созданию и редактированию контента
	ПК-3.2. Умеет анализировать информационные потребности аудитории
	ПК-3.3. Владеет навыками управления и контроля информацией из различных источников

4. Названия разделов (тем) дисциплины

Названия разделов (тем) дисциплины
6 семестр
1 Понятие SMM-менеджмента
2 Функции и особенности социальных сетей
3 Правила и нормы создания контента в SMM-менеджменте
4 Методы SMM-менеджмента
5 Использование SMM-менеджмента разными кампания
6 Особенности работы маркетолога по запуску SMM-кампании