

Аннотации к рабочим программам дисциплин

Аннотация к рабочей программы дисциплины

Б1.В.16 Маркетинг в социальных медиа

Объем трудоемкости: 3 зачетных единицы

Цель освоения дисциплины

Целью дисциплины является формирование у магистрантов понимания сущности профессионального подхода к решению проблем применения маркетинговых инструментов в социальных медиа, выбора и формирования каналов привлечения посетителей в Интернете, построения лендинга, ведения веб-аналитики, а также необходимого объема знаний, умений и навыков в области использования маркетинговых инструментов сбора статистики в социальных медиа, оценки эффективности продвижения в социальных медиа.

Выполнение данной программы предполагает не только освоение теоретических знаний в области решения и распознавания проблем обоснования стратегий маркетинга в социальных медиа, но и получение конкретных аналитических навыков в области формирования рекламной политики в социальных медиа с учетом расчета эффективной цены лида и рекламных каналов. Для этого планируются лекции, практические и семинарские занятия, дискуссии, написание эссе и аналитических отчетов, рефератов, разбор кейсов и других письменных работ, самостоятельная творческая работа с последующим обсуждением ее итогов и результатов.

Задачи дисциплины.

Дать магистрантам теоретические и практические знания в области :

- понимания влияния социальных медиа на современные социальные тренды;
- усвоение системного представления о наиболее эффективных методах и подходах к управлению продуктовым ассортиментом предприятия;
- понимание значения и сущности стратегического подхода в формировании организации работы отдела маркетинга в компании в условиях развития социальных медиа;
- усвоение знаний для эффективности маркетинговой деятельности компании в социальных медиа;
- формирование навыков проведения маркетинговых исследований в социальных медиа;
- выработка умения интеграции социальных медиа в маркетинговую информационную систему компании;
- изучение логики разработки и структуры элементов стратегического маркетингового плана организации в социальных медиа;
- умение формировать и корректировать юзабилити веб аналитики на основе отзывов и комментариев клиентов в социальных медиа.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг в социальных медиа» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Дисциплина базируется на знаниях полученных в результате освоения предметов: «теория и методология современного маркетинга», «Практикум по проведению маркетинговых исследований», «Бренд менеджмент», «Организация и планирование маркетинговых программ», «Технологии инструменты интернет маркетинга»

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие)</i>)
ПК-3 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет проектов	
ИПК-3.1 Использует формы и методы проведения деловых переговоров в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знает: Основы работы с социальными медиа; Особенности функционирования современных социальных медиа
	Умеет: Использовать современные формы и методы взаимодействия в социальных медиа; применяет инструменты продвижения в социальных медиа.
	Трудовое действие: Разрабатывает стратегию продвижения проекта в социальных медиа; Создает и развивает бренд-сообщества компании в социальных медиа
ИПК-3.3 Разрабатывает стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Знает: Основы работы с социальными медиа; Особенности функционирования современных социальных медиа
	Умеет: Использовать современные формы и методы взаимодействия в социальных медиа; применяет инструменты продвижения в социальных медиа.
	Трудовое действие: Разрабатывает стратегию продвижения проекта в социальных медиа; Создает и развивает бренд-сообщества компании в социальных медиа

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Виды работ		Форма обучения
		очная
		4
		семестр (часы)
Контактная работа, в том числе:		32,3
Аудиторные занятия (всего):		32
занятия лекционного типа		16
практические занятия		16
Иная контактная работа:		
Контроль самостоятельной работы (КСР)		-
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,3
Самостоятельная работа, в том числе:		49
Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка практическим занятиям.)		29
Подготовка рефератов и презентаций		20
Контроль:		26,7
Подготовка к экзамену		26,7
Общая трудоемкость	час.	108
	в том числе контактная работа	32,3
	зач. ед	3

Курсовые работы: *не предусмотрена.*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Авторы:

В.О. Покуль, доцент кафедры мировой экономики и менеджмента, канд. экон. наук, доцент.