

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.05 СММ-продвижение

по направлению подготовки: 42.03.03 «Издательское дело»

по профилю «Мультимедийные технологии в бизнесе и политике»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: ИПФМ

Кафедра-разработчик рабочей программы: «Инновационного предпринимательства и финансового менеджмента»

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «СММ-продвижение» являются:

- а) предоставить студентам возможность практического использования инструментов SMM;
- б) изучить особенности формирования коммуникационной стратегии в social media и мессенджерах (Facebook, Viber, Telegram);
- в) изучить вопросы ведения и продвижения аккаунтов и групп в социальных сетях;
- г) освоить практику клиентской поддержки во всех каналах.

2. Содержание дисциплины «СММ-продвижение»

Введение в SMM.

Социальные сети: монетизация, УТП.

ЦА. Основные показатели: сбор данных. Сегментация ЦА. Составление портрета и практическое применение.

Стратегия продвижения Цели, результат. Контент-план.

Аудит. Анализ конкурентов

Алгоритмы работы социальных сетей.

Реклама в социальных сетях.

Мессенджер-маркетинг

Influencer-маркетинг

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

- а) специфику формирования спроса на услуги и товары в социальных сетях;
- б) методы и инструменты продвижения в социальных сетях;
- в) особенности продвижения услуг и товаров в социальных сетях.

2) Уметь:

- а) определять жизненный цикл организации в целях формирования базы онлайн-продвижения услуг и товаров;
- б) анализировать потребительское поведение в социальных сетях;
- в) анализировать риски, связанные с продвижением определённых услуг и товаров.

3) Владеть:

- а) навыками количественного и качественного анализа конкурентов в социальных сетях;
- б) навыками оценки условий продвижения определённых групп услуг и товаров;
- в) навыками выявления новых рыночных возможностей продвижения услуг и товаров в социальных сетях.

Зав.каф. ИПФМ



Сигал П.А.