

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Социальные медиа»

Учебный курс «Социальные медиа» предназначен для студентов, обучающихся по направлению 38.03.03 Управление персоналом.

Дисциплина «Социальные медиа» включена в состав дисциплин по выбору вариативной части Модуль 2. Маркетинг учебного плана ОП.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (8 часов), самостоятельная работа студентов (136 час.). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Социальные медиа» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Маркетинг», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Поведение потребителей», «Маркетинговые исследования» и позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Управление результативностью маркетинга», «Управление изменениями и инновациями».

Содержание дисциплины состоит из шести тем и охватывает следующий круг вопросов: сущность диджитал-маркетинга и содержание социального трека; сущность контент-маркетинга и особенности продвижения в социальных сетях; классификации социальных сетей и их аудиторий; контентная стратегия и процесс ее разработки; особенности продвижения в YouTube, Инстаграм и других социальных сетях.

Цель - формирование у слушателей системы знаний, практических навыков и умений осуществления маркетинговой деятельности предприятия в социальных сетях.

Задачи:

- рассмотреть сущность маркетинга в социальных медиа и его место в диджитал-маркетинге;

- раскрыть возможности использования социальных сетей в деятельности предприятий и проанализировать существующие типы представленности компаний в социальных сетях;

- рассмотреть процесс управления маркетингом в социальных сетях;

- проанализировать технологии и инструменты продвижения товаров и услуг в социальных сетях.

Для успешного изучения дисциплины «Социальные медиа» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;

- способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

- владение навыками количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, финансовых и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общепрофессиональные/ профессиональные компетенции.

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-18 способность решать стандартные задачи	Знает	- сущность диджитал-маркетинга, основные треки дорожной карты и содержание маркетинга в социальных медиа

<p>профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности</p>		<ul style="list-style-type: none"> - типы представленности компаний в социальных сетях и процесс управления маркетингом в социальных медиа
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - выявлять основные тенденции развития диджитал-маркетинга и социальных сетей - планировать тип представленности предприятия в социальных сетях и воронку контента (соотношение типов контента)
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - навыками определения тенденций и особенностей развития рынка диджитал-маркетинга страны - навыками управления маркетингом предприятия в социальных сетях
<p>ПК-29 умение организовать и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления)</p>	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - сущность и основные принципы таргетированной рекламы в социальных сетях - модели оплаты и ценообразования в социальных сетях - особенности продвижения в YouTube и Инстаграм
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - управлять маркетингом в социальных медиа, отслеживать статистику и оценивать эффективность; - настраивать и размещать таргетированную рекламу в социальных сетях;
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - методами и средствами размещения таргетированной рекламы в социальных сетях - навыками разработки рекомендаций по продвижению в социальных сетях
<p>ПК-30 знание корпоративных коммуникационных</p>	Знает	<p>корпоративные коммуникационные каналы и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов</p>

каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций		внутренних коммуникаций
	Умеет	Владеть знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций
	Владеет	знанием корпоративных коммуникационных каналов и средств передачи информации, владением навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций
ПК40 Владение навыками организации и ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством «ВВК - Национальный союз кадровиков», «Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом («Национальный союз «Управление персоналом»)), Ассоциацией организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и трудовым коллективом	Знает	навыки организации и ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством «ВВК - Национальный союз кадровиков», «Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом («Национальный союз «Управление персоналом»)), Ассоциацией организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и трудовым коллективом
	Умеет	Владеть навыками организации и ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством «ВВК - Национальный союз кадровиков», «Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом («Национальный союз «Управление персоналом»)), Ассоциацией организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и трудовым коллективом
	Владеет	навыками организации и ведения взаимодействия по кадровым вопросам с некоммерческим партнерством «ВВК - Национальный союз кадровиков», «Национальным союзом организаций по подготовке кадров в области управления персоналом («Национальный союз «Управление персоналом»)), Ассоциацией организаций управленческого образования, профсоюзами, другими общественными организациями и трудовым коллективом

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Социальные медиа» применяются такие методы активного/ интерактивного обучения как кейс-задачи.