**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования**

«ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ СИСТЕМ
УПРАВЛЕНИЯ И РАДИОЭЛЕКТРОНИКИ»
(ТУСУР)

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УР
_____Сенченко П.В.
«22» _____02_____ 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА 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 2023 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 |
| Самостоятельная работа | 88 | 88 | часов |
| Подготовка и сдача экзамена | 36 | 36 | часов |
| Общая трудоемкость (включая промежуточную аттестацию) | 180 | 180 | часов |
| | 5 | 5 | з.е. |

| Формы промежуточной аттестация | Семестр |
|---|---|
| Экзамен | 6 |
| Курсовой проект | 6 |

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Сенченко П.В.
Должность: Проректор по УР
Дата подписания: 22.02.2023
Уникальный программный ключ:
a1119608-cdff-4455-b54e-5235117c185c

Томск

Согласована на портале № 70521

## 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.02.14.
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 | Планируемые результаты обучения по дисциплине |
|---|---|---|
| **Универсальные компетенции** | | |
| - | - | - |
| **Общепрофессиональные компетенции** | | |
| - | - | - |
| **Профессиональные компетенции** | | |

Согласована на портале № 70521

| | | |
|---|---|---|
| ПК-3. Способен управлять информационными ресурсами | ПК-3.1. Знает основные принципы организации работ по созданию и редактированию контента | Знать: особенности аудиторий социальных сетей; характеристики SMM как инструмента маркетинга; современные подходы, технологии осуществления клиентоориентированной деятельности в сфере SMM |
| | ПК-3.2. Умеет анализировать информационные потребности аудитории | Уметь: проводить сегментирование и таргетирование клиентов в SMM; использовать в маркетинговых целях характеристики популярных социальных сетей, блогов; использовать маркетинговые инструменты для работы в социальных сетях в целях совершенствования технологии обслуживания потребителей в сфере услуг. |
| | ПК-3.3. Владеет навыками управления и контроля информацией из различных источников | Владеть: навыками применения современных технологий по совершенствованию технологии обслуживания потребителей сервисной организации, в том числе с применением SMM. |

## 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам учебной деятельности представлено в таблице 4.1.

Таблица 4.1 – Трудоемкость дисциплины по видам учебной деятельности

| Виды учебной деятельности | Всего часов | Семестры |
|---|---|---|
| | | 6 семестр |
| **Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего** | 56 | 56 |
| Лекционные занятия | 14 | 14 |
| Практические занятия | 28 | 28 |
| Курсовой проект | 14 | 14 |
| **Самостоятельная работа обучающихся, в т.ч. контактная внеаудиторная работа обучающихся с преподавателем, всего** | 88 | 88 |
| Написание отчета по курсовому проекту | 58 | 58 |
| Подготовка к тестированию | 30 | 30 |
| **Подготовка и сдача экзамена** | 36 | 36 |
| **Общая трудоемкость (в часах)** | 180 | 180 |
| **Общая трудоемкость (в з.е.)** | 5 | 5 |

Согласована на портале № 70521

## 5. Структура и содержание дисциплины

### 5.1. Разделы (темы) дисциплины и виды учебной деятельности

Структура дисциплины по разделам (темам) и видам учебной деятельности приведена в таблице 5.1.

Таблица 5.1 – Разделы (темы) дисциплины и виды учебной деятельности

| Названия разделов (тем) дисциплины | Лек. зан., ч | Прак. зан., ч | Курс. пр. | Сам. раб., ч | Всего часов (без экзамена) | Формируемые компетенции |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **6 семестр** | | | | | | |
| 1 Понятие SMM-менеджмента | 2 | 4 | 14 | 13 | 33 | ПК-3 |
| 2 Функции и особенности социальных сетей | 2 | 4 | | 15 | 21 | ПК-3 |
| 3 Правила и нормы создания контента в SMM-менеджменте | 2 | 4 | | 15 | 21 | ПК-3 |
| 4 Методы SMM-менеджмента | 2 | 4 | | 15 | 21 | ПК-3 |
| 5 Использование SMM-менеджмента разными кампания | 2 | 4 | | 15 | 21 | ПК-3 |
| 6 Особенности работы маркетолога по запуску SMM-кампании | 4 | 8 | | 15 | 27 | ПК-3 |
| Итого за семестр | 14 | 28 | 14 | 88 | 144 | |
| Итого | 14 | 28 | 14 | 88 | 144 | |

### 5.2. Содержание разделов (тем) дисциплины

Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям) приведено в таблице 5.2.

Таблица 5.2 – Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям)

| Названия разделов (тем) дисциплины | Содержание разделов (тем) дисциплины (в т.ч. по лекциям) | Трудоемкость (лекционные занятия), ч | Формируемые компетенции |
|---|---|---|---|
| **6 семестр** | | | |
| 1 Понятие SMM-менеджмента | Понятие социальный медиа маркетинг (Social Media Marketing, SMM). История возникновения SMM. Цели и тактики SMM. Маркетинг в социальных сетях. SMM-продвижение. Задачи, которые решает SMM-продвижение. | 2 | ПК-3 |
| | Итого | 2 | |

Согласована на портале № 70521

| | | | |
|---|---|---|---|
| 2 Функции и особенности социальных сетей | Понятие «социальная сеть», его сущность и особенности. Инструменты для мониторинга социальных сетей. Одноклассники»: аудитории, способы бизнес-использования, реклама. Facebook: аудитории, способы бизнесиспользования, реклама. Вконтакте: аудитории, способы бизнесиспользования, реклама. Возможности для продвижения ВКонтакте. SMO и SMM: реклама в контакте и блогах, скрытый и вирусный маркетинг. История появления направления. Маркетинг в социальных медиа: современные инструменты продвижения бизнеса | 2 | ПК-3 |
| | Итого | 2 | |
| 3 Правила и нормы создания контента в SMM-менеджменте | SMM как часть интернет-маркетинга и бизнес-коммуникаций. Группы потребителей, их характеристики. Сервисы для отслеживания комментариев. Правила цитирования. Подходы к редактированию контента. Этичность контента. | 2 | ПК-3 |
| | Итого | 2 | |
| 4 Методы SMM-менеджмента | Метод построения сообществ бренда. Метод работы с блогосферой. Подходы к содействию продажам в социальных сетях. Маркетинговые преимущества социальных сетей. Недостатки и риски SMMпродвижения. Маркетинговый потенциал основных социальных сетей. Роль социальных сетей в построении бизнес-коммуникаций. | 2 | ПК-3 |
| | Итого | 2 | |
| 5 Использование SMM-менеджмента разными кампания | Маркетинг в социальных медиа: современные инструменты продвижения бизнеса. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций. Маркетинговый потенциал основных социальных сетей. Роль социальных сетей в построении бизнес-коммуникаций. Маркетинговая политика предприятия сферы сервиса. | 2 | ПК-3 |
| | Итого | 2 | |

Согласована на портале № 70521

| | | | |
|---|---|---|---|
| 6 Особенности работы маркетолога по запуску SMM-кампании | Основные преимущества маркетинговых коммуникаций в сети Интернет и их характеристика. Коммуникационная модель предприятия в сети Интернет на основе сайта. Начальный этап SMM-режиссуры. Определение целевой аудитории:life-style характеристики, ценности и мотивации, составление карты эмпатии для ключевой аудитории. Пошаговая инструкция построения стратегии присутствия в социальных сетях. Завязка SMM-постановки. Основные элементы контентной стратегии. Подготовка SMM-участника к кульминации. Разработка контентстратегии в контексте комплексного продвижения. Формирование пула продающего контента. Кульминация SMM-постановки. Три кита SMM-стратегии: ключевая цель бизнеса - задачи продвижения – конечный результат. Развязка SMM-постановки. | 4 | ПК-3 |
| | Итого | 4 | |
| Итого за семестр | | 14 | |
| Итого | | 14 | |

### 5.3. Практические занятия (семинары)

Наименование практических занятий (семинаров) приведено в таблице 5.3.

Таблица 5.3. – Наименование практических занятий (семинаров)

| Названия разделов (тем) дисциплины | Наименование практических занятий (семинаров) | Трудоемкость, ч | Формируемые компетенции |
|---|---|---|---|
| **6 семестр** | | | |
| 1 Понятие SMM-менеджмента | Понятие SMM-менеджмента | 4 | ПК-3 |
| | Итого | 4 | |
| 2 Функции и особенности социальных сетей | Функции и особенности социальных сетей | 4 | ПК-3 |
| | Итого | 4 | |
| 3 Правила и нормы создания контента в SMM-менеджменте | Правила и нормы создания контента в SMM-менеджменте | 4 | ПК-3 |
| | Итого | 4 | |
| 4 Методы SMM-менеджмента | Методы SMM-менеджмента | 4 | ПК-3 |
| | Итого | 4 | |
| 5 Использование SMM-менеджмента разными кампания | Использование SMM-менеджмента разными кампания | 4 | ПК-3 |
| | Итого | 4 | |

Согласована на портале № 70521

| | | | |
|---|---|---|---|
| 6 Особенности работы маркетолога по запуску SMM-кампании | Особенности работы маркетолога по запуску SMM-кампании | 8 | ПК-3 |
| | Итого | 8 | |
| Итого за семестр | | 28 | |
| Итого | | 28 | |

### 5.4. Лабораторные занятия

Не предусмотрено учебным планом

### 5.5. Курсовой проект

Содержание, трудоемкость контактной аудиторной работы и формируемые компетенции в рамках выполнения курсового проекта представлены в таблице 5.5.

Таблица 5.5 – Содержание контактной аудиторной работы и ее трудоемкость

| Содержание контактной аудиторной работы | Трудоемкость, ч | Формируемые компетенции |
|---|---|---|
| **6 семестр** | | |
| Выбор темы курсовой работы. Подбор и изучение литературы (нормативных актов, монографий, пособий, статей и практических материалов). Составление плана работы, ее написание, представление работы научному руководителю, получение рецензии и устранение указанных недостатков. | 14 | ПК-3 |
| Итого за семестр | 14 | |
| Итого | 14 | |

Примерная тематика курсовых проектов:

1. Концепция SMM-менеджмента в деятельности компании (на конкретном примере)
2. Факторы успеха SMM-менеджмента компании (на конкретном примере)
3. Влияние рекламы, интегрируемой в видео-контент блогера на YouTube, на восприятие зрителями самого блогера
4. Использование социальных медиа в индустрии моды при разработке стратегий продвижения молодых российских брендов
5. Влияние социальных сетей на представления аудитории о здоровом образе жизни
6. Использование социальной сети в качестве новостного канала
7. SMM как фактор влияния на формирование образа жизни молодёжи
8. Использование новых медиа как инструмент продвижения танцевальной индустрии в России
9. Аккаунты знаменитостей в социальных сетях как инструмент продвижения модных тенденций
10. Особенности продвижения образовательных товаров в социальных сетях
11. Изучение информационного фона бренда: практика лидеров

### 5.6. Самостоятельная работа

Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции представлены в таблице 5.6.

Таблица 5.6. – Виды самостоятельной работы, трудоемкость и формируемые компетенции

| Названия разделов (тем) дисциплины | Виды самостоятельной работы | Трудоемкость, ч | Формируемые компетенции | Формы контроля |
|---|---|---|---|---|
| **6 семестр** | | | | |

Согласована на портале № 70521

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1 Понятие SMM-менеджмента | Написание отчета по курсовому проекту | 8 | ПК-3 | Курсовой проект, Отчет по курсовому проекту |
| | Подготовка к тестированию | 5 | ПК-3 | Тестирование |
| | Итого | 13 | | |
| 2 Функции и особенности социальных сетей | Написание отчета по курсовому проекту | 10 | ПК-3 | Курсовой проект, Отчет по курсовому проекту |
| | Подготовка к тестированию | 5 | ПК-3 | Тестирование |
| | Итого | 15 | | |
| 3 Правила и нормы создания контента в SMM-менеджменте | Написание отчета по курсовому проекту | 10 | ПК-3 | Курсовой проект, Отчет по курсовому проекту |
| | Подготовка к тестированию | 5 | ПК-3 | Тестирование |
| | Итого | 15 | | |
| 4 Методы SMM-менеджмента | Написание отчета по курсовому проекту | 10 | ПК-3 | Курсовой проект, Отчет по курсовому проекту |
| | Подготовка к тестированию | 5 | ПК-3 | Тестирование |
| | Итого | 15 | | |
| 5 Использование SMM-менеджмента разными кампания | Написание отчета по курсовому проекту | 10 | ПК-3 | Курсовой проект, Отчет по курсовому проекту |
| | Подготовка к тестированию | 5 | ПК-3 | Тестирование |
| | Итого | 15 | | |
| 6 Особенности работы маркетолога по запуску SMM-кампании | Написание отчета по курсовому проекту | 10 | ПК-3 | Курсовой проект, Отчет по курсовому проекту |
| | Подготовка к тестированию | 5 | ПК-3 | Тестирование |
| | Итого | 15 | | |
| Итого за семестр | | 88 | | |
| | Подготовка и сдача экзамена | 36 | | Экзамен |
| Итого | | 124 | | |

**5.7. Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов учебной деятельности**

Согласована на портале № 70521

Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов учебной деятельности представлено в таблице 5.7.

Таблица 5.7 – Соответствие компетенций, формируемых при изучении дисциплины, и видов занятий

| Формируемые компетенции | Виды учебной деятельности | | | | Формы контроля |
|---|---|---|---|---|---|
| | Лек. зан. | Прак. зан. | Курс. пр. | Сам. раб. | |
| ПК-3 | + | + | + | + | Курсовой проект, Отчет по курсовому проекту, Тестирование, Экзамен |

## 6. Рейтинговая система для оценки успеваемости обучающихся

### 6.1. Балльные оценки для форм контроля

Балльные оценки для форм контроля представлены в таблице 6.1.

Таблица 6.1 – Балльные оценки

| Формы контроля | Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра | Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ | Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра | Всего за семестр |
|---|---|---|---|---|
| **6 семестр** | | | | |
| Тестирование | 20 | 20 | 30 | 70 |
| Экзамен | | | | 30 |
| Итого максимум за период | 20 | 20 | 30 | 100 |
| Нарастающим итогом | 20 | 40 | 70 | 100 |

Балльные оценки для курсового проекта представлены в таблице 6.1.1.

Таблица 6.1.1 – Балльные оценки для курсового проекта

| Формы контроля | Максимальный балл на 1-ую КТ с начала семестра | Максимальный балл за период между 1КТ и 2КТ | Максимальный балл за период между 2КТ и на конец семестра | Всего за семестр |
|---|---|---|---|---|
| **6 семестр** | | | | |
| Отчет по курсовому проекту | 20 | 30 | 50 | 100 |
| Итого максимум за период | 20 | 30 | 50 | 100 |
| Нарастающим итогом | 20 | 50 | 100 | 100 |

### 6.2. Пересчет баллов в оценки за текущий контроль

Пересчет баллов в оценки за текущий контроль представлен в таблице 6.2.

Таблица 6.2 – Пересчет баллов в оценки за текущий контроль

| Баллы на дату текущего контроля | Оценка |
|---|---|
| ≥ 90% от максимальной суммы баллов на дату ТК | 5 |
| От 70% до 89% от максимальной суммы баллов на дату ТК | 4 |
| От 60% до 69% от максимальной суммы баллов на дату ТК | 3 |
| < 60% от максимальной суммы баллов на дату ТК | 2 |

### 6.3. Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

Согласована на портале № 70521

Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку представлен в таблице 6.3.

Таблица 6.3 – Пересчет суммы баллов в традиционную и международную оценку

| Оценка | Итоговая сумма баллов, учитывает успешно сданный экзамен | Оценка (ECTS) |
|---|---|---|
| 5 (отлично) (зачтено) | 90 – 100 | A (отлично) |
| 4 (хорошо) (зачтено) | 85 – 89 | B (очень хорошо) |
| | 75 – 84 | C (хорошо) |
| | 70 – 74 | D (удовлетворительно) |
| 3 (удовлетворительно) (зачтено) | 65 – 69 | |
| | 60 – 64 | E (посредственно) |
| 2 (неудовлетворительно) (не зачтено) | Ниже 60 баллов | F (неудовлетворительно) |

## 7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 7.1. Основная литература

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 507 с. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://urait.ru/bcode/512454.

### 7.2. Дополнительная литература

1. Николаева, М. А. Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг : учебное пособие / М. А. Николаева. — Екатеринбург : УрГПУ, 2017. — 166 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/159004 .

2. Алашкин, П. Всё о рекламе и продвижении в Интернете / П. Алашкин. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 220 с. - Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/95624.

### 7.3. Учебно-методические пособия

#### 7.3.1. Обязательные учебно-методические пособия

1. SMM-менеджмент: методические указания по подготовке к практическим занятиям, написанию и оформлению курсовых работ и для самостоятельной работы для студентов всех направлений подготовки и специальностей / Т. Забирова - 2022. 12 с. [Электронный ресурс]: — Режим доступа: https://edu.tusur.ru/publications/10328.

#### 7.3.2. Учебно-методические пособия для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

**Для лиц с нарушениями зрения:**

– в форме электронного документа;

– в печатной форме увеличенным шрифтом.

**Для лиц с нарушениями слуха:**

– в форме электронного документа;

– в печатной форме.

**Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:**

– в форме электронного документа;

– в печатной форме.

Согласована на портале № 70521

### 7.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. При изучении дисциплины рекомендуется обращаться к современным базам данных, информационно-справочным и поисковым системам, к которым у ТУСУРа открыт доступ: https://lib.tusur.ru/ru/resursy/bazy-dannyh.

## 8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

### 8.1. Материально-техническое и программное обеспечение для лекционных занятий

Для проведения занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется учебная аудитория с достаточным количеством посадочных мест для учебной группы, оборудованная доской и стандартной учебной мебелью. Имеются мультимедийное оборудование и учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по лекционным разделам дисциплины.

### 8.2. Материально-техническое и программное обеспечение для практических занятий

Лаборатория социального проектирования: учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций; 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40 (МК), 202 ауд.

Описание имеющегося оборудования:
- Проектор LG Rdx 130;
- Экран на штативе DRAPER DIPLOMAT;
- МФУ Xerox WC 4118;
- Фотоаппарат цифровой CANON POWERS HOT A560;
- Наушники Sennheiser - 15 шт.;
- Колонки Sven MA331;
- Маршрутизатор ASUS WL-520;
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:
- Microsoft Office 2013;
- Microsoft Windows 7 Pro;

### 8.3. Материально-техническое и программное обеспечение для курсового проекта

Лаборатория социального проектирования: учебная аудитория для проведения занятий практического типа, учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, помещение для проведения групповых и индивидуальных консультаций; 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40 (МК), 202 ауд.

Описание имеющегося оборудования:
- Проектор LG Rdx 130;
- Экран на штативе DRAPER DIPLOMAT;
- МФУ Xerox WC 4118;
- Фотоаппарат цифровой CANON POWERS HOT A560;
- Наушники Sennheiser - 15 шт.;
- Колонки Sven MA331;
- Маршрутизатор ASUS WL-520;
- Комплект специализированной учебной мебели;
- Рабочее место преподавателя.

Программное обеспечение:
- Microsoft Office 2013;

### 8.4. Материально-техническое и программное обеспечение для самостоятельной работы

Для самостоятельной работы используются учебные аудитории (компьютерные классы),

Согласована на портале № 70521

расположенные по адресам:

- 634050, Томская область, г. Томск, Ленина проспект, д. 40, 233 ауд.;
- 634045, Томская область, г. Томск, ул. Красноармейская, д. 146, 209 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 47, 126 ауд.;
- 634034, Томская область, г. Томск, Вершинина улица, д. 74, 207 ауд.

Описание имеющегося оборудования:

- учебная мебель;
- компьютеры;
- компьютеры подключены к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду ТУСУРа.

Перечень программного обеспечения:

- Microsoft Windows;
- OpenOffice;
- Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows;
- 7-Zip;
- Google Chrome.

### 8.5. Материально-техническое обеспечение дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями слуха** предусмотрено использование звукоусиливающей аппаратуры, мультимедийных средств и других технических средств приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы преподавания для обучающихся с инвалидностью, портативной индукционной системы. Учебная аудитория, в которой занимаются обучающиеся с нарушением слуха, оборудована компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской, мультимедийной системой.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями зрения** предусмотрено использование в лекционных и учебных аудиториях возможности просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для комфортного просмотра.

При занятиях с обучающимися с **нарушениями опорно-двигательного аппарата** используются альтернативные устройства ввода информации и другие технические средства приема/передачи учебной информации в доступных формах, мобильной системы обучения для людей с инвалидностью.

## 9. Оценочные материалы и методические рекомендации по организации изучения дисциплины

### 9.1. Содержание оценочных материалов для текущего контроля и промежуточной аттестации

Для оценки степени сформированности и уровня освоения закрепленных за дисциплиной компетенций используются оценочные материалы, представленные в таблице 9.1.

Таблица 9.1 – Формы контроля и оценочные материалы

| Названия разделов (тем) дисциплины | Формируемые компетенции | Формы контроля | Оценочные материалы (ОМ) |
|---|---|---|---|
| 1 Понятие SMM-менеджмента | ПК-3 | Отчет по курсовому проекту | Примерный перечень тематик курсовых проектов |
| | | Тестирование | Примерный перечень тестовых заданий |
| | | Экзамен | Перечень экзаменационных вопросов |

Согласована на портале № 70521

| | | | |
|---|---|---|---|
| 2 Функции и особенности социальных сетей | ПК-3 | Отчет по курсовому проекту | Примерный перечень тематик курсовых проектов |
| | | Тестирование | Примерный перечень тестовых заданий |
| | | Экзамен | Перечень экзаменационных вопросов |
| 3 Правила и нормы создания контента в SMM-менеджменте | ПК-3 | Отчет по курсовому проекту | Примерный перечень тематик курсовых проектов |
| | | Тестирование | Примерный перечень тестовых заданий |
| | | Экзамен | Перечень экзаменационных вопросов |
| 4 Методы SMM-менеджмента | ПК-3 | Отчет по курсовому проекту | Примерный перечень тематик курсовых проектов |
| | | Тестирование | Примерный перечень тестовых заданий |
| | | Экзамен | Перечень экзаменационных вопросов |
| 5 Использование SMM-менеджмента разными кампания | ПК-3 | Отчет по курсовому проекту | Примерный перечень тематик курсовых проектов |
| | | Тестирование | Примерный перечень тестовых заданий |
| | | Экзамен | Перечень экзаменационных вопросов |
| 6 Особенности работы маркетолога по запуску SMM-кампании | ПК-3 | Отчет по курсовому проекту | Примерный перечень тематик курсовых проектов |
| | | Тестирование | Примерный перечень тестовых заданий |
| | | Экзамен | Перечень экзаменационных вопросов |

Шкала оценки сформированности отдельных планируемых результатов обучения по дисциплине приведена в таблице 9.2.

Таблица 9.2 – Шкала оценки сформированности планируемых результатов обучения по дисциплине

| Оценка | Баллы за ОМ | Формулировка требований к степени сформированности планируемых результатов обучения | | |
|---|---|---|---|---|
| | | знать | уметь | владеть |
| 2 (неудовлетворительно) | < 60% от максимальной суммы баллов | отсутствие знаний или фрагментарные знания | отсутствие умений или частично освоенное умение | отсутствие навыков или фрагментарные применение навыков |

Согласована на портале № 70521

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 3 (удовлетворительно) | от 60% до 69% от максимальной суммы баллов | общие, но не структурированные знания | в целом успешно, но не систематически осуществляемое умение | в целом успешное, но не систематическое применение навыков |
| 4 (хорошо) | от 70% до 89% от максимальной суммы баллов | сформированные, но содержащие отдельные проблемы знания | в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы умение | в целом успешное, но содержащие отдельные пробелы применение навыков |
| 5 (отлично) | ≥ 90% от максимальной суммы баллов | сформированные систематические знания | сформированное умение | успешное и систематическое применение навыков |

Шкала комплексной оценки сформированности компетенций приведена в таблице 9.3.

Таблица 9.3 – Шкала комплексной оценки сформированности компетенций

| Оценка | Формулировка требований к степени компетенции |
|---|---|
| 2 (неудовлетворительно) | Не имеет необходимых представлений о проверяемом материале<br>или<br>Знать на уровне **ориентирования**, представлений. Обучающийся знает основные признаки или термины изучаемого элемента содержания, их отнесенность к определенной науке, отрасли или объектам, узнает в текстах, изображениях или схемах и знает, к каким источникам нужно обращаться для более детального его усвоения. |
| 3 (удовлетворительно) | Знать и уметь на **репродуктивном** уровне. Обучающихся знает изученный элемент содержания репродуктивно: произвольно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях. |
| 4 (хорошо) | Знать, уметь, владеть на **аналитическом** уровне. Зная на репродуктивном уровне, указывать на особенности и взаимосвязи изученных объектов, на их достоинства, ограничения, историю и перспективы развития и особенности для разных объектов усвоения. |
| 5 (отлично) | Знать, уметь, владеть на **системном** уровне. Обучающийся знает изученный элемент содержания системно, произвольно и доказательно воспроизводит свои знания устно, письменно или в демонстрируемых действиях, учитывая и указывая связи и зависимости между этим элементом и другими элементами содержания дисциплины, его значимость в содержании дисциплины. |

### 9.1.1. Примерный перечень тестовых заданий

1. Какая дополнительная рекламная цель кампании важна, если Вы хотите, чтобы о Вашей компании узнало, как можно больше людей:
   а) конверсии
   б) лидогенерация
   в) вовлеченность
2. Какая дополнительная рекламная цель кампании важна, если Вы хотите, чтобы о Вашей компании узнало, как можно больше людей:
   а) охват
   б) сообщения

Согласована на портале № 70521

в) лидогенерация
3. Комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний или бренда и решения других бизнес-задач:
   а) маркетинг в асоциальных сетях
   б) менеджмент в социальных сетях
   в) маркетинг в социальных сетях
4. Сколько ключевых стратегий существует в рамках SMM?
   а) 4
   б) 3
   в) 2
5. Одна из стратегий в рамках SMM:
   а) работа по построению сообщества вокруг продвигаемого бренда
   б) работа по построению сообщества вне продвигаемого бренда
   в) работа по построению сообщества вокруг человека
6. Одна из стратегий в рамках SMM:
   а) работа по построению сообщества вне продвигаемого бренда
   б) единоличная стратегия
   в) комбинированная стратегия
7. Сколько существует основных стратегий привлечения социальных сетей в качестве инструментов маркетинга?
   а) 4
   б) 3
   в) 2
8. Одна из основных стратегий привлечения социальных сетей в качестве инструментов маркетинга:
   а) активный подход
   б) аккуратный подход
   в) целенаправленный подход
9. Направляет обсуждение в нужное русло, нейтрализовывает негативное отношение пользователей, повышает активность пользователей в сообществах:
   а) контент-менеджмент
   б) pr-менеджмент
   в) комьюнити-менеджмент
10. Один из инструментов SMM:
    а) целенаправленный подход
    б) ведение блога в социальных сетях
    в) пассивный подход

### 9.1.2. Перечень экзаменационных вопросов

1. Маркетинг в социальных сетях. SMM-продвижение. Задачи, которые решает SMM-продвижение.
2. SMO и SMM: реклама в контакте и блогах, скрытый и вирусный маркетинг.
3. История появления направления. Маркетинг в социальных медиа: современные инструменты продвижения бизнеса.
4. Оперативные технологии реагирования в социальных медиа.
5. Группы потребителей, их характеристики.
6. Сервисы для отслеживания комментариев. Инструменты для мониторинга социальных сетей. Сервисы для аналитики SMM.
7. SMM как часть интернет-маркетинга и бизнес-коммуникаций.
8. Маркетинговые преимущества социальных сетей. Недостатки и риски SMMпродвижения.
9. Маркетинговый потенциал основных социальных сетей. Роль социальных сетей в построении бизнес-коммуникаций.
10. Мультимедиа-хостинги как площадки реализации маркетинговой кампании.
11. SMM-компания: построение стратегии присутствия в социальных сетях
12. Три кита SMM-стратегии: ключевая цель бизнеса - задачи продвижения – конечный результат. Развязка SMM-постановки.

Согласована на портале № 70521

13. Маркетинговая политика предприятия сферы сервиса. Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций. Основные преимущества маркетинговых коммуникаций в сети Интернет и их характеристика.
14. Определение эффективности проведения SMM-кампании
15. Взаимодействие социальных сетей с сайтом организации

### 9.1.3. Примерный перечень вопросов для защиты курсового проекта

1. Факторы, влияющие на восприятие дизайна социальной сети потребителями
2. SMM-технологии: методы, каналы, инструменты
3. Проблемы и перспективы развития SMM-менеджмента
4. Проблемы обеспечения безопасности в сети Интернет
5. Троллинг в социальных сетях: методы нейтрализации

### 9.1.4. Примерный перечень тематик курсовых проектов

1. Концепция SMM-менеджмента в деятельности компании (на конкретном примере)
2. Факторы успеха SMM-менеджмента компании (на конкретном примере)
3. Влияние рекламы, интегрируемой в видео-контент блогера на YouTube, на восприятие зрителями самого блогера
4. Использование социальных медиа в индустрии моды при разработке стратегий продвижения молодых российских брендов
5. Влияние социальных сетей на представления аудитории о здоровом образе жизни
6. Использование социальной сети в качестве новостного канала
7. SMM как фактор влияния на формирование образа жизни молодёжи
8. Использование новых медиа как инструмент продвижения танцевальной индустрии в России
9. Аккаунты знаменитостей в социальных сетях как инструмент продвижения модных тенденций
10. Особенности продвижения образовательных товаров в социальных сетях
11. Изучение информационного фона бренда: практика лидеров

## 9.2. Методические рекомендации

Учебный материал излагается в форме, предполагающей самостоятельное мышление студентов, самообразование. При этом самостоятельная работа студентов играет решающую роль в ходе всего учебного процесса.

Начать изучение дисциплины необходимо со знакомства с рабочей программой, списком учебно-методического и программного обеспечения. Самостоятельная работа студента включает работу с учебными материалами, выполнение контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом.

В процессе изучения дисциплины для лучшего освоения материала необходимо регулярно обращаться к рекомендуемой литературе и источникам, указанным в учебных материалах; пользоваться через кабинет студента на сайте Университета образовательными ресурсами электронно-библиотечной системы, а также общедоступными интернет-порталами, содержащими научно-популярные и специализированные материалы, посвященные различным аспектам учебной дисциплины.

При самостоятельном изучении тем следуйте рекомендациям:

– чтение или просмотр материала осуществляйте со скоростью, достаточной для индивидуального понимания и освоения материала, выделяя основные идеи; на основании изученного составить тезисы. Освоив материал, попытаться соотнести теорию с примерами из практики;

– если в тексте встречаются незнакомые или малознакомые термины, следует выяснить их значение для понимания дальнейшего материала;

– осмысливайте прочитанное и изученное, отвечайте на предложенные вопросы.

Студенты могут получать индивидуальные консультации, в т.ч. с использованием средств телекоммуникации.

По дисциплине могут проводиться дополнительные занятия, в т.ч. в форме вебинаров. Расписание вебинаров и записи вебинаров публикуются в электронном курсе / электронном

Согласована на портале № 70521

журнале по дисциплине.

### 9.3. Требования к оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусмотрены дополнительные оценочные материалы, перечень которых указан в таблице 9.4.

Таблица 9.4 – Дополнительные материалы оценивания для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

| Категории обучающихся | Виды дополнительных оценочных материалов | Формы контроля и оценки результатов обучения |
|---|---|---|
| С нарушениями слуха | Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы | Преимущественно письменная проверка |
| С нарушениями зрения | Собеседование по вопросам к зачету, опрос по терминам | Преимущественно устная проверка (индивидуально) |
| С нарушениями опорно-двигательного аппарата | Решение дистанционных тестов, контрольные работы, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету | Преимущественно дистанционными методами |
| С ограничениями по общемедицинским показаниям | Тесты, письменные самостоятельные работы, вопросы к зачету, контрольные работы, устные ответы | Преимущественно проверка методами, определяющимися исходя из состояния обучающегося на момент проверки |

### 9.4. Методические рекомендации по оценочным материалам для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

– в печатной форме;
– в печатной форме с увеличенным шрифтом;
– в форме электронного документа;
– методом чтения ассистентом задания вслух;
– предоставление задания с использованием сурдоперевода.

Лицам с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких обучающихся предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

– письменно на бумаге;
– набор ответов на компьютере;
– набор ответов с использованием услуг ассистента;
– представление ответов устно.

Процедура оценивания результатов обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

**Для лиц с нарушениями зрения:**
– в форме электронного документа;
– в печатной форме увеличенным шрифтом.

**Для лиц с нарушениями слуха:**
– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

**Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:**
– в форме электронного документа;
– в печатной форме.

При необходимости для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Согласована на портале № 70521

процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

**ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ**

Рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ИСР
протокол № 1 от « 3 » 2 2023 г.

**СОГЛАСОВАНО:**

| Должность | Инициалы, фамилия | Подпись |
|---|---|---|
| Заведующий выпускающей каф. ИСР | М.Ю. Ким | Согласовано, ed789cd8-2cc6-4431-a59e-8f386b1d44fa |
| Заведующий обеспечивающей каф. ИСР | М.Ю. Ким | Согласовано, ed789cd8-2cc6-4431-a59e-8f386b1d44fa |
| И.О. начальника учебного управления | И.А. Лариошина | Согласовано, c3195437-a02f-4972-a7c6-ab6ee1f21e73 |

**ЭКСПЕРТЫ:**

| | | |
|---|---|---|
| Заведующий кафедрой, каф. ИСР | М.Ю. Ким | Согласовано, ed789cd8-2cc6-4431-a59e-8f386b1d44fa |
| Доцент, каф. ИСР | А.В. Куренков | Согласовано, ec52f417-686f-4b44-8e5f-39af9707eca0 |

**РАЗРАБОТАНО:**

| | | |
|---|---|---|
| Старший преподаватель, каф. ИСР | Т.А. Забирова | Разработано, c977ee3b-a23d-42da-bc56-f71a18f13164 |

Согласована на портале № 70521