

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт общественных наук
Школа публичной политики и управления
Кафедра международного менеджмента

**Образовательная автономная некоммерческая организация высшего
образования
"МОСКОВСКАЯ ВЫСШАЯ ШКОЛА СОЦИАЛЬНЫХ И
ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК"**

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой _____
Протокол от «_» __ 2020 г.
№ _

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой международного
менеджмента
Протокол от «6» мая 2020 г.
№ 2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.10.01 PR и SMM в индустрии моды
(индекс, наименование дисциплины, в соответствии с учебным планом)

38.03.02 Менеджмент
(код, наименование направления подготовки (специальности))

«Менеджмент в индустрии моды»
(направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))

Бакалавр
(квалификация)

Очная
(форма обучения)

Год набора – 2021 г.

Москва, 2020 г.

Автор–составитель:

Преподаватель Мовсесян А. Б.

Заведующий кафедрой

международного менеджмента ИОН РАНХиГС, к.э.н. Абрамова Н. М.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание и структура дисциплины	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине	6
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)	9
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	9
6.1.Основная литература	9
6.2.Дополнительная литература	9
6.3.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы	10
6.4.Нормативные правовые документы	10
6.5.Интернет-ресурсы	10
6.6.Иные источники	10
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	10

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1 Дисциплина Б1.В.ДВ.10.01 PR и SMM в индустрии моды

обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-11	Владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	ПК-11.3	Способность работать с компьютером как средством создания, извлечения и управления информацией различного вида; - методами формирования и использования баз данных.

1.1. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
	ПК-11.3	Обучающийся владеет навыками работы с компьютером как средством создания, извлечения и управления информацией различного вида; методами формирования и использования баз данных.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Объем дисциплины: 180/5 135/5

Контактная работа: 28/21

Лекции 14/10,5

Лабораторные работы

Практические занятия 14/10,5

Самостоятельная работа 166/124,5

Место дисциплины в структуре ОП ВО

индекс и наименование дисциплины: Б1.В.ДВ.10.01 PR и SMM в индустрии моды

курс, семестр или триместр ее освоения в соответствии с учебным планом: 4 курс, 7 семестр

дисциплина осваивается после изучения дисциплин:

Б1.В.ДВ.04.01 Управление брендом: сегмент масс-маркет

Б1.В.ДВ.04.02 Оценка и управление стоимостью бизнеса

Б1.В.ДВ.07.01 Управление брендом: сегмент от кутюр

Б1.В.ДВ.07.02 Методы принятия управленческих решений

форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом: Зачет с оценкой

3. Содержание и структура дисциплины**Очная форма обучения**

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации*
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР / ЭО, ДО Т*	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КС Р		
Тема 1	Основы дисциплины «PR менеджмент»		2/1,5		4/3		28/21	Д, К
Тема 2	Социальные сети в контексте информационного общества		4/3		2/1,5		28/21	Д, К
Тема 3	Маркетинг в социальных медиа		2/1,5		4/3		28/21	Д, К
Тема 4	Интернет-продвижение: понятие и место в комплексе маркетинга		2/1,5		2/1,5		28/21	Д, К
Тема 5	Интернет-реклама		4/3		2/1,5		28/21	Д, К
Тема 6	Инструменты расширения интернет-аудитории		2/1,5		2/1,5		26/19, 5	Д
Промежуточная аттестация								Зачет с оценкой
Всего:		180/5 135/5	14/10,5		14/10,5		166/124, 5	

*Примечание – диспут (Д), кейс (К), групповой проект (ГП)

Содержание дисциплины

№	Наименование темы	Содержание темы
Тема 1	Основы дисциплины «PR менеджмент»	PR: развитие как науки и практики PR в маркетинговых и массовых коммуникациях Стереотипы, мифы и слухи в управлении общественным сознанием
Тема 2	Социальные сети в контексте информационного общества	Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе. Влияние социальных сетей на общество в целом. Психологические аспекты. Области использования социальных сетей. Коммуникации, PR, продвижение
Тема 3	Маркетинг социальных медиа в	Маркетинг в социальных медиа: основные понятия. Использование классического маркетинга при работе в социальных сетях. Сегментация аудитории. Анализ аудитории. SMM как совокупность мер по продвижению товаров, услуг, брендов, формированию имиджа и анализу аудитории. Использование рекламного инструментария при работе с социальными сетями. Отличия маркетинговых приемов в разных социальных сетях. Стратегия и методы вирусного маркетинга в социальных сетях. Особенности скрытого маркетинга
Тема 4	Интернет-продвижение: понятие и место в комплексе маркетинга	Применение Интернет в решении маркетинговых задач бизнеса. Маркетинг-микс для интернет-рынка. Понятия интернет-рекламы и интернет-продвижения. Роль и значение интернет-ресурса в маркетинге. Маркетинговые интернет-исследования. Веб-аналитика. Конверсия в интернет-маркетинге.
Тема 5	Интернет-реклама	Определение интернет-рекламы и его отличия от традиционной рекламы. Таргетинг. Медийная (баннерная) реклама. Контекстная реклама. Поисковая реклама. Геоконтекстная реклама. Вирусная реклама. Продакт- плесмент.
Тема 6	Инструменты расширения интернет-аудитории	Основные инструменты интернет-продвижения. Вирусный маркетинг. E-mail маркетинг. Работа с социально-ориентированными сервисами и интернет- сообществами. Поисковая оптимизация (SEO). Типы оптимизация сайта.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

При проведении занятий лекционного типа: диспут

при проведении занятий семинарского типа: диспут, кейс, групповой проект

4.1.2. Экзамен (зачет) проводится с применением следующих методов (средств):

Зачет с оценкой в виде проекта

4. 2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Материалы текущего контроля в виде опросов:

Принципы анализа аудитории в социальных сетях.

Особенности восприятия информации аудиториями разных социальных сетей.

Переупаковка контента для разных социальных сетей исходя из пред- почтений аудитории и паттернов ее поведения.

Влияние социальных сетей на работу журналиста и редакции.

SMM как новая профессия.

Типы контента СМИ для социальных сетей, переупаковка и создание специального контента.

Ключевые показатели эффективности работы в социальных сетях.

Показатели для постоянного, ежедневного, еженедельного мониторинга.

Вовлеченность, конверсия, лояльность, стоимость подписчика.

Анализ ключевых показателей для заказчика и для самостоятельного контроля.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Формируемые компетенции

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-11	Владение навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота организации, ведения баз данных по различным показателям и формирования информационного обеспечения участников организационных проектов	ПК-11.3	Способность работать с компьютером как средством создания, извлечения и управления информацией различного вида; - методами формирования и использования баз данных.

4.3.2 Типовые оценочные средства

Зачет - проект по проведению медиаисследования и подготовка отчета по его итогам.
Тема согласуется с преподавателем.

Шкала оценивания.

Показатель оценивания	Критерий оценивания
Обучающийся владеет навыками работы с компьютером как средством создания, извлечения и управления информацией различного вида; методами формирования и использования баз данных.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Не владеет 2. Владеет частью навыков 3. Владеет отдельными приемами и технологиями 4. Владеет навыками, но не эффективно использует. 1. Демонстрирует владение навыками в совершенстве.

Баллы (рейтинговой оценки), %	Оценка	Требования к знаниям
100-81	5, «отлично»	<ul style="list-style-type: none"> – Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает его на экзамене, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение. – Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.
80-61	4, «хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> – Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. – Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.

60-41	3, «удовлетворительно»	<p>– Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.</p>
40-0	2, «неудовлетворительно»	<p>– Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p> <p>– Учебные достижения в семестровый период и результатами рубежного контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.</p>
45-100	Зачет	<p>– Курс полностью освоен. Студент показывает хороший стандартный уровень знаний всех аспектов, использует терминологию и словообразование и хорошо применяет теорию к решению задач.</p>
0 - 44	Незачет	<p>– Студент не подготовлен и не может показать достаточного знания материала курса.</p>

4.4 Методические рекомендации

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Участие на занятиях предполагают вопросы для обсуждения, размышления во время лекций и практических занятий. Также предполагаются групповые задания. Групповые задания будут связаны с обсуждаемыми темами и кейсами, которые рассматриваются в классе. Активность студентов во время занятий будет оцениваться и включаться в финальную оценку студента.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Основная литература.

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок М&А : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2020.

6.2. Дополнительная литература.

1. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум | Кеннеди Дэн С., Уэлш-Филлипс Ким, 2019

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1.Электронно-библиотечная система IPR BOOKS

2.Электронно-библиотечная система Юрайт

6.4. Нормативные правовые документы.

6.5. Интернет-ресурсы.

6.6. Иные источники.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для проведения курса требуется офис, оборудованный доской, маркерами, компьютером и проектором.