

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ****Б1.В.ДВ.02.01 МАРКЕТИНГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ****Автор:** Григорьева В.В.**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 38.04.01 Экономика

Профиль «Экономика медиаиндустрии»

**Квалификация (степень) выпускника:** магистр**Форма обучения:** очная**Цель освоения дисциплины:**

Сформировать компетенцию в области оценки и разработки стратегии продвижения компании в социальных сетях: ПК-8.2, ПК-10.3, ДПК-3.3.

**План курса:**

Тема 1 Социальные сети в пространстве Интернет

Тема 2 Инструменты маркетинга в социальных сетях

Тема 3 Стратегия присутствия компании в социальных сетях

**Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-8	Способность готовить аналитические материалы для оценки мероприятий в области экономической политики и принятия стратегических решений на микро- и макроуровне	ПК-8.2	Способность оценивать мероприятия в области экономической политики предприятия в медиа-индустрии
ПК-10	Способность составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия, отрасли, региона и	ПК-10.3	Способность составлять прогноз основных социально-экономических показателей деятельности предприятия

	экономики в целом		
ДПК-3	Способность анализировать состояние медиа-рынка и рынка индустрии развлечений на микро, макро и мезо уровнях	ДПК-3.3	Способность анализировать финансовую отчётность с целью прогнозирования направлений развития медиа-рынка и рынка индустрии развлечений на микро, макро и мезо уровнях

Результат формирования компетенции ПК-8.2 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:

на уровне знаний:

- методы оценки эффективности стратегии продвижения в социальных сетях,
- основы выработки оптимальных коммуникационных стратегий на базе анализа основных трендов развития социальных медиа,

- способы и технологии воздействия и реагирования на общественное мнение в социальных сетях;

на уровне умений:

- применять методы оценки эффективности стратегии продвижения в социальных сетях,

- применять технологии воздействия на общественное мнение в социальных сетях;

- применять механизмы выстраивания каналов продвижения в социальных сетях с использованием комплекса маркетинга;

на уровне навыков:

- навыки расчета эффективности и результативности маркетинговых мероприятий в социальных сетях,

- навыки идентификации и оценки рисков стратегии продвижения компании в социальных сетях.

Результат формирования компетенции ПК-10.3 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:

на уровне знаний:

- алгоритм разработки стратегии присутствия компании в социальных сетях,

- автоматизированные программы мониторинга в социальных сетях,

- виды контента в социальных сетях;

на уровне умений:

- определять цели, целевую аудиторию, ресурсы и бюджет для разработки стратегии присутствия в социальных сетях,

- выбирать концепции позиционирования и темы – катализаторы,

на уровне навыков:

- навыки оценки и разработки стратегии продвижения компании в социальных сетях,

- навыки работы в автоматизированных системах мониторинга социальных сетей.

Результат формирования компетенции ДПК-3.3 на уровне данной дисциплины обеспечивается путем формирования у обучающихся:

на уровне знаний:

- методы продвижения в социальных сетях,

- метрики и показатели конверсии в социальных сетях;

на уровне умений:

- принимать решения в соответствии с данными мониторинга социальных сетей,
- измерять эффективность продвижения компании в социальных сетях,

на уровне навыков:

- навыки обоснования и принятия управленческого решения при реализации стратегии продвижения компании в социальных сетях.

#### **Основная литература:**

1. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 301 с. — (Высшее образование). — ЭБС Юрайт. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432128>