Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 30.10.2023 16:04:17
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет информационных технологий

УТВЕРЖДЕНО
Декан факультета
Информационных технологий
_____ / Д.Г. Демидов /
«16» 02 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«SMM-технологии»

Направление подготовки/специальность

09.03.02 «Информационные системы и технологии»

Профиль/специализация

«Информационные технологии в медиаиндустрии и дизайне»

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Москва 2023 г.

Разработчик(и):

Преподаватель  /К.М.Кононенко/

Согласовано:
Заведующий кафедрой
«Информатика и информационные
технологии», к.т.н.  /Е.В.Булатников/

Содержание

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2 Место дисциплины в структуре образовательной программы 5
3 Структура и содержание дисциплины 6
3.1 Виды учебной работы и трудоемкость (по формам обучения) 6
3.2 Тематический план изучения дисциплины (по формам обучения) 6
3.3 Содержание дисциплины 7
3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий 8
3.5 Тематика курсовых проектов/работ 9
4 Учебно-методическое и информационное обеспечение 9
4.1. Нормативные документы и ГОСТы 9
4.2. Основная литература 9
4.3. Дополнительная литература 9
4.4. Электронные образовательные ресурсы 9
4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 9
4.6. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 10
5 Материально-техническое обеспечение 10
6 Методические рекомендации 10
6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения ..10
6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 10
7 Фонд оценочных средств 11
7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения 11
7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения 11
7.3 Оценочные средства 12

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Рабочая программа дисциплины «SMM-технологии» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования и предназначена для студентов, обучающихся по направлению 09.03.02 «Информационные системы и технологии». Программа включает в себя тематический план, содержание дисциплины, методические рекомендации по изучению тем, а также перечень вопросов для самоконтроля и список рекомендуемой литературы.

Цель курса: формирование у студентов системы знаний и навыков в области SMM-технологий, необходимых для профессиональной деятельности в сфере информационных технологий.

Задачи курса:

- изучение теоретических основ SMM-маркетинга;
- освоение практических навыков работы с инструментами SMM;
- формирование умения разрабатывать стратегию продвижения в социальных сетях;
- развитие навыков анализа эффективности SMM-проектов.

Обучение по дисциплине «SMM-технологии» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенций
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИУК-1.3. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их достоинства и недостатки
ОПК-2. Способен принимать принципы работы современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественного производства, и использовать их при решении задач профессиональной деятельности	ИОПК-2.1. знает современные информационные технологии и программные средства, основные виды и принципы работы информационных систем и информационных технологий; способы внедрения и интеграции современных информационных систем, способы оценки необходимости использования программных средств ИОПК-2.2. умеет использовать современные информационные технологии

	и программные средства, как в рамках отдельного предприятия, так и в рамках корпораций, государственных систем; внедрять и настраивать современные информационные системы, проводить интеграцию различных информационных систем и программных средств, оценивать необходимость использования программного средства для решения задач ИОПК-2.3. владеет навыками применения современных информационных технологий и программных средств, при решении задач в различных отраслях, внедрения и настройки современных информационных систем, оценки необходимости использования программных средств и информационных систем для решения задач
ОПК-6. Способен разрабатывать алгоритмы и программы, пригодные для практического применения в области информационных систем и технологий	ИОПК-6.1. знает основные языки программирования и работы с базами данных, операционные системы и оболочки, современные программные среды разработки информационных систем и технологий ИОПК-6.2. умеет применять языки программирования и работы с базами данных, современные программные среды разработки информационных систем и технологий для автоматизации бизнес-процессов, решения прикладных задач различных классов, ведения баз данных и информационных хранилищ ИОПК-6.3. имеет навыки программирования, отладки и тестирования прототипов программно-технических комплексов задач

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части Б1.2, формируемой участниками образовательных отношений, базового блока Б1.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- Основы технологического предпринимательства
- Системы управления разработкой программного обеспечения
- Инструменты визуализации данных
- Управление программными проектами

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

- Производственная практика (преддипломная)

3 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, т.е. 108 академических часов (из них 56 часов – аудиторные занятия и 52 часа – самостоятельная работа студентов).

Разделы дисциплины изучаются на 4 курсе в 8 семестре, форма промежуточной аттестации – зачет.

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость (по формам обучения)

3.1.1 Очная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			Семестр	Неделя семестра
1	**Аудиторные занятия**	**56**	8	1-8
	В том числе:			
1.1	Лекции			
1.2	Семинарские/практические занятия			
1.3	Лабораторные занятия	56		
2	**Самостоятельная работа**	**52**	8	1-8
3	**Промежуточная аттестация**			
	Экзамен_зачет		зачет	
	Итого:	**108**		

3.2 Тематический план изучения дисциплины (по формам обучения)

3.2.1 Очная форма обучения

№ п/п	Разделы/ темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Раздел 1. Введение в SMM-технологии.	32					
1.1	Тема 1. Основы маркетинга в социальных сетях.				8		8
1.2	Тема 2. Работа с социальными медиаплатформами.				8		8
2	Раздел 2. Использование аналитики для	64					

	оптимизации SMM-стратегий.						
2.1	Тема 1. Использование аналитических методов и средств для SMM-проектов.				8		8
2.2	Тема 2. Интеграция SMM с другими маркетинговыми каналами.				8		8
2.3	Тема 3. Методы и средства для разработки и реализации SMM-стратегии.				8		8
2.4	Тема 4. Управление SMM-проектами и командами с помощью информационных технологий.				8		8
3	Раздел 3. Оценка эффективности SMM-деятельности.	12					
3.1	Тема 1. Digital-средства для подготовки отчетов.				4		2
3.2	Тема 2. Перспективы развития SMM-технологий.				4		2
	Итого:	**108**					

3.3 Содержание дисциплины

Раздел 1. Введение в SMM-технологии.

Тема 1. Основы маркетинга в социальных сетях. Создание и продвижение контента для SMM. Анализ эффективности SMM-кампаний. Планирование SMM-проектов.

Тема 2. Работа с социальными медиаплатформами. Создание и управление сообществами в социальных сетях.

Раздел 2. Использование аналитики для оптимизации SMM-стратегий.

Тема 1. Использование аналитических методов и средств для SMM-проектов. Управление репутацией в социальных сетях. Копирайтинг и создание рекламных материалов для SMM.

Тема 2. Интеграция SMM с другими маркетинговыми каналами. Исследование целевой аудитории и конкурентов в социальных сетях.

Тема 3. Методы и средства для разработки и реализации SMM-стратегии.

Тема 4. Управление SMM-проектами и командами с помощью информационных технологий.

Раздел 3. Оценка эффективности SMM-деятельности.

Тема 1. Digital-средства для подготовки отчетов. Визуальные средства представления статистических данных.

Тема 2. Перспективы развития SMM-технологий. SMM-инструменты на базе искусственного интеллекта.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1 Лабораторные занятия

1. *Лабораторная работа №1 «Создание и продвижение сообществ в социальных сетях».* В рамках этой лабораторной работы студенты будут создавать проект продвижения сообщества в социальной сети с помощью различных методов SMM. Они также будут анализировать эффективность своих действий и вносить необходимые коррективы.
2. *Лабораторная работа №2 «Создание и оптимизация контента для SMM».* Студенты научатся создавать контент для социальных сетей, а также оптимизировать его для различных платформ. Они будут изучать методы привлечения внимания аудитории и увеличения вовлеченности пользователей.
3. *Лабораторная работа №3 «Интеграция SMM с другими маркетинговыми каналами».* Студенты изучат, как использовать SMM в сочетании с другими маркетинговыми инструментами, такими как email-маркетинг или контекстная реклама. Они разработают стратегии для интеграции SMM с другими каналами и оценят их эффективность.
4. *Лабораторная работа №4 «Оценка эффективности SMM».* Студенты научатся анализировать результаты SMM-кампании и оценивать ее эффективность. Они будут использовать различные инструменты аналитики, такие как Google Analytics или Яндекс.
5. *Лабораторная работа №5 «Разработка методов для реализации таргетированной рекламы».* Студенты научатся программировать простые функции для изменения контента на web-странице в зависимости от предпочтений пользователя. Студенты научатся использовать API социальных сетей для создания таргетированных рекламных кампаний. Изучат методы для сбора данных о пользователях, такие как возраст, пол, интересы и местоположение, чтобы создать персонализированную рекламу.
6. *Лабораторная работа №6 «Визуализация статистических данных».* В данной лабораторной работе студенты научатся использовать различное ПО для отрисовки графиков и схем. Научатся представлять анализируемые в процессе SMM-кампании данные в визуально-понятной форме.

3.5 Тематика курсовых проектов/работ

Курсовые проекты/работы не предусмотрены.

4 Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1. Нормативные документы и ГОСТы

1. Федеральный закон от 29 декабря 2012 года No 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);

2. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 09.03.02 Информационные системы и технологии, утвержденный Приказом Министерства образования и науки РФ от 19 сентября 2017 г. N 929 "Об утверждении федерального... Редакция с изменениями N 1456 от 26.11.2020;

3. Приказ Министерства образования и науки РФ от 05 апреля 2017 г. No 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры.

4.2. Основная литература

1. SMM и SEO-технологии : учебное пособие / Ю. П. Беленькая, А. Ю. Бережнов, А. С. Новикова, П. И. Срыбная. — Ставрополь: СКФУ, 2017. — 62 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/155537 — Режим доступа: для авториз. пользователей.
2. Точилкина, Т. Е. Хранилища данных и средства бизнес-аналитики : учебное пособие / Т. Е. Точилкина, А. А. Громова. — Москва : Финансовый университет, 2017. — 161 с. — ISBN 978-5-7942-1387-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/208367 — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4.3. Дополнительная литература

1. Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум. Кеннеди Дэн, Уэлш-Филлипс Ким. Издательство Альпина Паблишер 2019 г., мягкая обложка, 344 страницы.

4.4. Электронные образовательные ресурсы

ЭОР рарабатывается.

4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

1. Текстовый редактор;
2. Web-браузер.

4.6. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ОП "Юрайт" https://urait.ru/
2. IPR Smart https://www.iprbookshop.ru/
3. ЭБС "Лань" https://e.lanbook.com/

5 Материально-техническое обеспечение

Лабораторные работы и самостоятельная работа студентов должны проводиться в специализированной аудитории, оснащенной современной оргтехникой и персональными компьютерами с программным обеспечением в соответствии с тематикой изучаемого материала. Число рабочих мест в аудитории должно быть достаточным для обеспечения индивидуальной работы студентов. Рабочее место преподавателя должно быть оснащены современным компьютером с подключенным к нему проектором на настенный экран, или иным аналогичным по функциональному назначению оборудованием. Компьютеры в аудитории должны быть подключены к сети Интернет.

6 Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

1. При подготовке к занятиям следует предварительно проработать материал занятия, предусмотрев его подачу точно в отведенное для этого время занятия. Следует подготовить необходимые материалы – теоретические сведения, задачи и др. При проведении занятия следует контролировать подачу материала и решение заданий с учетом учебного времени, отведенного для занятия.

2. При проверке работ и отчетов следует учитывать не только правильность выполнения заданий, но и оптимальность выбранных методов решения, правильность выполнения всех его шагов.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В процессе самостоятельной работы студенты закрепляют и углубляют знания, полученные во время аудиторных занятий, дорабатывают конспекты и записи, готовятся к промежуточной аттестации, а также самостоятельно изучают отдельные темы учебной программы.

На занятиях студентов, в том числе предполагающих практическую деятельность, осуществляется закрепление полученных, в том числе и в процессе самостоятельной работы, знаний. Особое внимание обращается на развитие умений и навыков установления связи положений теории с профессиональной деятельностью будущего специалиста.

Самостоятельная работа осуществляется индивидуально. Контроль самостоятельной работы организуется в двух формах:

- самоконтроль и самооценка студента;
- контроль со стороны преподавателей (текущий и промежуточный).

Текущий контроль осуществляется на аудиторных занятиях, промежуточный контроль осуществляется на зачете в письменной (устной) форме.

Критериями оценки результатов самостоятельной работы студента являются:

- уровень освоения студентом учебного материала;
- умения студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- сформированность компетенций;
- срок выполнения задания;
- оформление материала в соответствии с требованиями.

7 Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций:

- Выполнение лабораторных работ
- Итоговое тестирование

Лабораторные работы сдаются на занятиях преподавателю. Преподаватель оценивает правильность выполненных заданий лабораторной работы, верность ответов на контрольные вопросы, при выставлении оценки учитывает рациональность предложенного решения задачи.

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

Итоговая оценка по дисциплине рассчитывается как среднее взвешенное всех оценок, полученных студентом, с применением весовых коэффициентов, представленных ниже:

- Лабораторные работы → 0,75
- Промежуточные тестирования (вопросы по теории по пройденным темам) → 0,05
- Итоговое тестирование → 0,2

Оценка за каждую лабораторную работу выставляется исходя из фактического выполнения всех поставленных задач с учётом сроков исполнения: за каждую 1 неделю просрочки задания из оценки вычитается 10 баллов.

Каждая лабораторная работа оценивается в 100 баллов.

Промежуточное тестирование считается пройденными при результате более 55% верных решений.

Для получения зачета студенту необходимо набрать минимально 55 баллов по дисциплине, защитить все лабораторные работы, пройти все промежуточные тестирования на положительную оценку и завершить итоговый тест с результатом не менее 55%.

Итоговое тестирование выполняется в аудитории под контролем преподавателя. Тестирование может быть представлено в виде онлайн-тестов или раздаточных бумажных материалов.

7.3 Оценочные средства

7.3.1 Пример вопросов к зачету

1. Что такое SMM?
2. Какие инструменты используются для создания и оптимизации контента для SMM?
3. Как интегрировать SMM с другими маркетинговыми каналами?
4. Какие существуют методы оценки эффективности SMM?
5. Перечислите ИТ-инструменты для аналитики SMM.
6. Перечислите ИТ-инструменты для управления репутацией в социальных сетях.
7. Перечислите основные платформы, используемые SMM, для создания и размещения контента.