



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»
INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**

Принята на заседании
Учёного совета ИМЭС
(протокол от 27 марта 2025 г. № 8)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова
27 марта 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

по направлению подготовки
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль)
«Управление продажами»

Приложение 4
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело,
направленность (профиль) «Управление продажами»

Рабочая программа дисциплины «Продвижение товаров и услуг в социальных сетях» входит в состав основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) «Управление продажами» и предназначена для обучающихся очно-заочной формы обучения.

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Продвижение товаров и услуг в социальных сетях» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 963.

Дисциплина «Продвижение товаров и услуг в социальных сетях» ориентирована на получение обучающимися знаний о комплексе вопросов, в совокупности составляющих основу SMM-продвижения с целью формирования навыков и компетенций по использованию сетевых сервисов и социальных сетей в коммуникационной деятельности для продвижения товаров и услуг в социальных сетях.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам бакалавриата по направлению 38.03.06 Торговое дело и входит часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование у студентов теоретических знаний методов и приемов SMM-продвижения, овладение навыками мониторинга информации в социальных медиа, а также навыками подбора эффективного канала продвижения продукта и создания / редактирования SMM-контента в социальных медиа.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение основ SMM;
- изучение этапов проведения исследований и сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции в социальных медиа;
- ознакомление со спецификой каналов продвижения в SMM;
- формирование профессиональных навыков в области SMM.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Код и наименование компетенции(ий) выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3 Способен анализировать спрос покупателей и разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж на основе применения знаний о методах и технологиях продвижения товаров в торговых системах	ИПК 3.1. Использует современные методы исследования и оценки покупательского спроса и поведения потребителей ИПК 3.2. Анализирует и определяет мероприятия по стимулированию продаж и мотивации покупателей	Знать: базовые инструменты SMM-маркетинга; специфику каналов продвижения в SMM. Уметь: анализировать и подбирать мероприятия по стимулированию продаж и мотивации покупателей в социальных сетях. Владеть: навыком определения наиболее эффективных мероприятий по стимулированию продаж и мотивации покупателей в социальных сетях.

3. Тематический план

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Контактная работа, час.		Самостоятельная работа, час.	Всего, час.
		Занятия лекционного типа	Лабораторные работы		
1.	Основы SMM	2	-	17	20
2.	Социальные медиа: маркетинговые инструменты	4	-	25	30
3.	SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритмы и маркетинговый потенциал	4	4	23	30
4.	Маркетинговые исследования оценки эффективности SMM-коммуникации	2	-	27	28
Контроль: зачет					-
ИТОГО:		12	4	92	108

4. Содержание дисциплины

Тема 1. Основы SMM

SMM в системе интернет-маркетинга и бизнес-коммуникаций. Подходы к пониманию феномена SMM. SMM как часть интернет-маркетинга.

SMM как инструмент маркетинга, брендинга и PR: возможности, достоинства и недостатки. Новые правила маркетинга и PR в социальных сетях. Маркетинговые

преимущества социальных сетей. Сравнительный анализ недостатков и рисков SMM-продвижения. Региональный рынок SMM. Основные инструменты SMM.

Особенности аудитории социальных сетей, сегментирование и таргетирование аудитории в SMM. Социально-демографические и life-style особенности аудитории социальных сетей. Способы организации взаимодействия с целевой аудиторией в различных социальных сетях. Сегментирование и таргетирование аудитории в SMM. Семантика и этика сетевого общения. Дифференциация вирусных изображений в SMM.

Профессиональная деятельность в сфере цифрового маркетинга. SMM-менеджер.

Тема 2. Социальные медиа: маркетинговые инструменты

Социальные медиа: понятие, характеристика, специфика использования. Цифровой маркетинг социальных сетей. Наиболее популярные сети и платформы и алгоритм их работы. Маркетинговые инструменты и возможности для работы в социальных сетях.

Маркетинговые особенности использования блогов и микроблогов. Блог и микроблог: понятие, характеристика, особенности. Типология блогов. Площадки для создания блогов. Преимущества и недостатки площадок для создания слогов.

Маркетинговые особенности использования фото-, видеохостингов. Фото-, видеохостинг: понятие, характеристика, процесс создания. Популярные фото-, видеохостинги в России, механизмы использования.

Специфика работы с социальными сетями, особенности и эффективность форматов, восприятие контента аудиторией, особенности текстов и работы в группах.

Тема 3. SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритмы и маркетинговый потенциал

Методы онлайн коммуникации с потребителем рекламы. Приемы онлайн коммуникации с потребителем рекламы.

SMM-стратегия: понятие, цели, задачи, классификация. Этапы построения SMM-стратегии. SMM-кампания: определение, характеристика, классификация. Этапы разработки SMM-кампании.

Особенности создания контент-плана SMM-стратегии. Календарный план: особенности создания. Построение стратегии присутствия в социальных сетях.

Специфика выбора канала продвижения в SMM. Форматы реализации SMM-кампаний и практические горизонты SMM-стратегии. Решение SMM-кейсов.

Мониторинг: понятие, сущность процесса, классификация. Мониторинг социальных сетей: возможности, инструменты, параметры. Цели и задачи мониторинга. Алгоритм работы мониторинга.

Тема 4. Маркетинговые исследования оценки эффективности SMM-коммуникации

Маркетинговые исследования в социальных сетях. Методы и формы проведения маркетинговых исследований для продвижения товара в социальных сетях.

Стратегия цифрового маркетинга. Стратегия цифрового маркетинга в социальных сетях. Конкурентный анализ SMM. Аналитика SMM. Автоматизированные инструменты аналитики в социальных сетях. Эффективность цифрового маркетинга: метрики.

SMM в разных сегментах рынка: маркетинговый анализ.

Содержание лабораторных работ

Лабораторная работа № 1 по теме: «SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритмы и маркетинговый потенциал».

Цель: сформировать практические навыки разработки SMM-стратегии.

Оборудование: моноблоки с установленным программным обеспечением, компьютерные мыши, клавиатуры, колонки, программное обеспечение MS Office.

Задание 1. Разработка SMM-стратегии

1. Выберите бизнес-нишу (например, кофейня, фитнес-центр, онлайн-школа).
2. Заполните таблицу в MS Word:

Параметр	Содержание
Цели SMM	(Например: увеличение узнаваемости бренда на 30% за 3 месяца)
Целевая аудитория	(Возраст, интересы, социальный статус)
Социальные сети	(Выбор 2-3 площадок с обоснованием)
KPI	(Количество подписчиков, вовлеченность, конверсии)

Задание 2. Разработать контент-план на 1 неделю для социальной сети

1. В MS Excel создайте таблицу контент-плана:

День/Дата	Тема поста	Формат (фото, видео, текст)	Призыв к действию
Понедельник	Знакомство с брендом	Видео	"Расскажите в комментариях..."
Вторник	Акция недели	Фото + текст	"Успейте приобрести!"
...	...	...	...

2. Для каждого поста определите:
 - цель публикации;
 - ожидаемую реакцию аудитории;
 - хештеги.

Лабораторная работа № 2 по теме: «SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритмы и маркетинговый потенциал».

Цель: сформировать практические навыки организации мониторинга социальных сетей.

Оборудование: моноблоки с установленным программным обеспечением, компьютерные мыши, клавиатуры, колонки, программное обеспечение MS Office.

Задание 1. Расчет эффективности SMM-кампании

1. В MS Excel рассчитайте:
 - **ER (Engagement Rate)** = (Лайки + Комментарии + Репосты) / Подписчики * 100%
 - **CPC (Cost Per Click)** = Затраты на рекламу / Количество кликов
 - **CPL (Cost Per Lead)** = Затраты на рекламу / Количество лидов
2. Исходные данные:
 - Затраты на рекламу: 15 000 руб.;
 - Подписчики: 5 000;
 - Лайки: 350, Комментарии: 45, Репосты: 25;
 - Клики: 750, Лиды: 60.

Задание 2. Организация мониторинга

1. Составьте в MS Word список параметров для мониторинга:
 - Упоминания бренда;
 - Отзывы клиентов;
 - Вопросы от пользователей;
 - Жалобы и негатив.
2. Предложите инструменты для мониторинга (например, Brand Analytics, YouScan).
3. Разработайте алгоритм реагирования на негативные отзывы.

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной литературы

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, 2025. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560243>

2. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568394>

3. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебник для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560580>

Дополнительная литература

1. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535941>

2. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544594>

5.2. Описание материально-технической базы

Учебная аудитория № 410 для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол для преподавателя) – 21 шт.;
- стулья (включая стул для преподавателя) – 41 шт.;
- моноблок с установленным программным обеспечением – 1 шт.;
- компьютерная мышь – 1 шт.;
- клавиатура – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- интерактивная доска – 1 шт.;
- доска маркерная – 1 шт.;
- шкаф для хранения оборудования – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);

- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое).

Учебная аудитория № 306 (Лаборатория информационно-коммуникационных технологий) для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол преподавателя) – 16 шт.;
- стулья (включая стул преподавателя) – 16 шт.;
- моноблоки с установленным программным обеспечением – 16 шт.;
- компьютерные мыши – 16 шт.;
- клавиатуры – 16 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- доска маркерная – 1 шт.
- шкаф для хранения оборудования – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое);
- графический редактор GIMP (зарубежное, свободно распространяемое);
- Planner 5D (российское, свободно распространяемое);
- Sweet Home 3D (зарубежное, свободно распространяемое);
- Дизайн Интерьера 3D (российское, свободно распространяемое).

Учебная аудитория № 105 (Специализированная аудитория для лиц с ОВЗ), для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол преподавателя) – 4 шт.;
- стулья (включая стул преподавателя) – 4 шт.;
- моноблоки с установленным программным обеспечением – 4 шт.;
- компьютерные мыши – 4 шт.;
- клавиатуры – 4 шт.;
- акустический усилитель – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- МФУ – 1 шт.;
- интерактивная электронная доска на мобильной платформе – 1 шт.;
- портативная индукционная система для слабослышащих (индукционная петля) – 1 шт.;
- портативный бытовой усилитель звука – 1 шт.;
- лупа пластмассовая – 1 шт.;
- прибор письма по Брайлю – 1 шт.;
- грифель для письма по Брайлю (мужской – 1 шт., женский – 1 шт.);
- тетрадь для письма по Брайлю – 3 шт.
- бумага для письма по Брайлю – 1 пачка;
- активный захват для инвалидов – 1 шт.;
- шкаф для хранения оборудования – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

Windows (зарубежное, возмездное), MS Office (зарубежное, возмездное), Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое), Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое), графический редактор GIMP (зарубежное, свободно распространяемое), Planner 5D (российское, свободно распространяемое), Sweet Home 3D (зарубежное, свободно распространяемое), Дизайн Интерьера 3D (российское, свободно распространяемое), КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое)

Для лиц с ОВЗ:

расширенный дверной проём (не менее 900 мм), оснащенный контрастной лентой для обеспечения безопасности передвижения маломобильных и слабовидящих лиц, перед входом и внутри аудитории предусмотрена зона для разворота кресла-коляски; перед входом установлено контрастное тактильное напольное покрытие, наименование аудитория («Аудитория для лиц с ОВЗ») и номер («105») продублировано шрифтом Брайля на дверных табличках контрастного цвета.

Помещение № 113 для самостоятельной работы обучающихся, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (в том числе, адаптированная аудитория для лиц с ОВЗ), оснащенное оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол преподавателя) – 6 шт.;
- стулья (включая стул преподавателя) – 6 шт.;
- ноутбуки с установленным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института – 6 шт.;
- компьютерные мыши – 6 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- МФУ – 1 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- доска маркерная – 1 шт.;
- шкаф для хранения оборудования – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое);
- 7-zip – архиватор (зарубежное, свободно распространяемое);
- Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое);
- графический редактор GIMP (зарубежное, свободно распространяемое);
- Planner 5D (российское, свободно распространяемое);
- Sweet Home 3D (зарубежное, свободно распространяемое);
- Дизайн Интерьера 3D (российское, свободно распространяемое).

Аудитория расположена на 1 этаже, имеет расширенный дверной проём (не менее 900 мм), оснащенный контрастной лентой для обеспечения безопасности передвижения маломобильных и слабовидящих лиц, перед входом и внутри аудитории предусмотрена зона для разворота кресла-коляски; перед входом установлено контрастное тактильное напольное покрытие, наименование аудитория («Адаптированная аудитория для лиц с

ОВЗ») и номер («113») продублировано шрифтом Брайля на дверных табличках контрастного цвета.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
2. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»
3. https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364 – научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»
4. <https://student2.consultant.ru/> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент информационной справочной системы «КонсультантПлюс»
5. <http://www.advertology.ru/> - новости рекламы, маркетинга и PR
6. <https://www.cossa.ru/> - маркетинг в социальных медиа, digital-маркетинг, интегрированные маркетинговые коммуникации
7. <https://ppc.world/> - информационно-образовательная платформа о работе с платным трафиком и интернет-рекламой