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.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 0264F3EC0000B36E8C480AA1B8325C8407
Владелец: АНО ВО "ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ", ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ, ИМЭС
Действителен: с 18.06.2025 до 18.09.2026

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

по направлению подготовки
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль)
«Управление продажами»

Москва – 2025

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.

© Институт международных экономических связей, 2025.

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» имеет большое значение для подготовки выпускников высшей квалификации в области торгового дела и 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, Блока 1, как дисциплина по выбору.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины **–** формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи изучения дисциплины:

- получение знаний, умений и навыков, необходимых для применения Social Media Marketing для продвижения товаров и услуг;
- сформировать знания об особенностях продвижения товаров и услуг в сетях «ВКонтакте», Facebook, Twitter;
- научиться использовать для продвижения товаров и услуг Foursquare и геосоциальные сервисы;
- получить практический опыт мониторинга социальных сетей, реализации SMM-кампаний и оценки эффективности продвижения товаров и услуг в социальных сетях.

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

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

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	**Код компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенций**	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**			**Формы образовательной деятельности**
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен анализировать спрос покупателей и разрабатывать мероприятия по стимулированию продаж на основе применения знаний о методах и технологиях продвижения товаров в торговых системах	**ПК-3**	**ПК-3.1** Использует современные методы исследования и оценки покупательского спроса и поведения потребителей	базовые инструменты SMM-маркетинга оценки покупательского спроса в социальных сетях; бесплатные и низкозатратные методы продвижения товаров и услуг	использовать новшества в оформлении: слайдеры, динамические обложки и т.п.; создавать кейсы для продвижения в социальных медиа	исследования и оценки покупательского спроса и поведения потребителей в социальных сетях	Контактная работа: Лекции Семинар Ситуационные практикумы (кейс-задания, аналитический отчет) Самостоятельная работа
		ПК-3.2 Анализирует и определяет мероприятия по стимулированию продаж и мотивации покупателей	виды монетизации интернет-проектов; принципы работы с лидерами мнений в соцсетях и блогерами; секреты сотрудничества при продвижении товаров и услуг в социальных сетях	привлекать целевую аудиторию социальных сетей; проводить вирусные акции, конкурсы, опросы в социальных медиа;	анализа и определения наиболее эффективных мероприятий по стимудированию продаж и мотивации покупателей в социальных сетях	
		ПК-3.3 Использует современные	принципы оптимизации сайтов	повышать эффективность	использования современных	

		методы и технологии продвижения товаров в торговых системах	для социальных медиа; алгоритмы работы в социальных сетях, инструменты влияния на продвижение	работы с существующей целевой аудиторией; привлекать новых клиентов	методов и технологий продвижения товаров и усдуг в социальных сетях	

3. Тематический план

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)									Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра	Из них в форме		
Тема 1. Основы Social Media Marketing	2	2								11	Доклад-презентация /15
Тема 2. Продвижение в сети «ВКонтакте»				2						11	Аналитический отчет №1/15
Тема 3. Продвижение в Facebook	2									11	Аналитический отчет №2/15
Тема 4. Продвижение в Twitter				2						11	Аналитический отчет №3/15
Тема 5. Foursquare и геосоциальные сервисы	2									11	Кейс-задание №1/10
Тема 6. Мониторинг социальных сетей				2						11	Кейс-задание №2/10
Тема 7. Оценка эффективности продвижения товаров м услуг в соцсетях	2									11	Кейс-задание №3/10
Тема 8. Реализация SMM--кампании										15	Кейс-задание №4/10
Всего:	**8**	**2**		**6**						**92**	**100**
Контроль, час	**0**										**Зачет**
Объем дисциплины (в академических часах)	**108**										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	**3**										

4. Содержание дисциплины

Тема 1. Основы Social Media Marketing

Преимущества социальных сетей: содержание, «сарафанное радио», таргетинг, нерекламный формат, интерактивное взаимодействие. Распространенные мифы об SMM. Особенности SMM в крупном, среднем и малом бизнесе, электронной торговле, B2B-секторе. Условия и направления, когда не работаем SMM: узкоспециализированный B2B, бизнес с транзакциями, при реализации некачественных продуктов/услуг. Задачи SMM-кампании: стимулирование и увеличение продаж, брендинг, трафик, нейтрализация негатива, персональный брендинг. Стратегия SMM. Этапы запуска кампании в SMM.

Тема 2. Продвижение в сети «ВКонтакте»

Создание и продвижение сообщества во «ВКонтакте»: выбор формата сообщества: группа или страница, мотивы для вступления. Позиционирование сообщества. Брендирование сообщества. Продвижение сообщества. Управление сообществом. Этапы запуска кампании в «ВКонтакте».

Тема 3. Продвижение в Facebook

Интерфейс. Определение аудитории. Стоимость продвижения. Создание и продвижение собственного сообщества: выбор формата сообщества, выбор позиционирования сообщества, оформление страницы в Facebook, продвижение страницы в Facebook. Особенности продвижения в Facebook. Специальные предложения. Этапы запуска кампании в Facebook.

Тема 4. Продвижение в Twitter

Работа с собственным твиттер-каналом: оформление, ведение твиттер-канала, продвижение твиттер-канла. Неэффективные методы продвижения в Twitter. Служба поддержки в Twitter, регламентация работы службы поддержки через Twitter. Этапы запуска кампании в

Twitter.

Тема 5. Foursquare и геосоциальные сервисы

Предназначение Foursquare, маркетинговые возможности. Инструменты продвижения: создание страницы, создание подсказок, создание уникальных бейджей, создание специальных предложений, повышение популярности в Foursquare. Подходы к использованию Foursquare. Другие геолокационные сервисы.

Тема 6. Мониторинг социальных сетей

Задачи мониторинга: своевременное обнаружение негатива, анализ конкурентов, оценка эффективности продвижения, получение обратной связи, поиск тематических дискуссий. Запросы для мониторинга, платформы для мониторинга, методы мониторинга: ручной и автоматический. Выстраивание системы мониторинга: перманентный, периодический и стратегический мониторинг.

Тема 7. Оценка эффективности продвижения товаров м услуг в соцсетях

Охват аудитории. Количество подписчиков сообществ/страниц/блогов. Соответствие портрету целевой аудитории. Количество посетителей страницы. Количество посетителей страницы. Количество social action. Резонанс. Информационный фон бренда. Количество трафика на внешний сайт. Качество трафика. Количество целевых действий, совершенных посетителями. Количество продаж.

Тема 8. Реализация SMM—кампании

Наем SMM-специалиста в компанию. Работа с SMM-агентством. Формирование SMM-отдела. Самостоятельное продвижение в социальных сетях. SMM-инструменты. Ключевые навыки SMM-

специалиста. Ценообразование на рынке продвижения товаров и услуг в социальных сетях.

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

3. Инновационный маркетинг : учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 474 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13282-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/535965

5.2. Описание материально-технической базы

Учебная аудитория № 402 для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол для преподавателя) – 17 шт.;
- стулья (включая стул для преподавателя) – 33 шт.;
- моноблок с установленным программным обеспечением – 1 шт.;
- компьютерная мышь – 1 шт.;
- клавиатура – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- доска маркерная – 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 № 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.);
- тетради для письма по Брайлю – 3 шт.
- бумага для письма по Брайлю – 1 пачка;
- активный захват для инвалидов – 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 для самостоятельной работы обучающихся – аудитория № 113 (в том числе, адаптированная аудитория для лиц с ОВЗ), оснащенная 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 – 1шт.;
- доска маркерная – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (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»