

## **Аннотация к рабочей программе по дисциплине**

Продвижение в социальных медиа

### **Вариативная часть Б1.2.7**

**Общая трудоемкость изучения дисциплины – 2 ЗЕТ (72 часа).**

#### ***Цели и задачи дисциплины***

Целью изучения дисциплины «Продвижение в социальных медиа» является формирование следующих компетенций:

- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

#### ***Место дисциплины в учебном процессе***

Учебная программа дисциплины «Продвижение в социальных медиа» относится к вариативной части (Б1.2.7), формирует знания для освоения общепрофессиональных и профессиональных компетенций, опирается на знания, полученные в ходе изучения курсов «Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью» (Б1.1.31), «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» (Б1.1.15) «Компьютерный дизайн» (Б1.2.4), «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» (Б1.2.3).

В процессе обучения осуществляется взаимодействие с такими дисциплинами как «Медиапланирование» (Б1.1.33), «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью» (Б1.1.28), «Разработка и технологии производства рекламного продукта» (Б1.1.30).

#### ***В результате изучения дисциплины студент должен***

- знать: основные методы, способы и средства организации и проведения рекламных и информационных кампаний в сети Интернет, основные сведения об инструментах производства и распространения рекламной продукции, методы и средства создания текстовых, графических, презентационных материалов для рекламной и PR-деятельности в социальных медиа;
- уметь: создавать текстовые, графические и презентационные материалы для рекламной и PR-деятельности, использовать полученные знания в профессиональной деятельности, самостоятельно осуществлять сбор, переработку и анализ информации различными средствами из разных источников, анализировать поведение пользователей, делать выводы из данных статистики группы в социальной сети, применять методики оценки эффективности рекламной кампании в социальных медиа;
- владеть: навыками создания текстовых и графических материалов для рекламной и PR-деятельности в социальных медиа, поиска актуальной информации и возможностей проведения рекламной деятельности в социальных сетях, анализа полученных результатов и оценки эффективности продвижения.

***Виды учебной работы:*** лекции и лабораторные работы.

Изучение дисциплины заканчивается зачетом.