

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Суров Лев Игоревич
Должность: Ректор
Дата подписания: 31.03.2026 11:05:40
Уникальный программный ключ:
90e61d348f2245de4566514a87350a9d89d73c851b3f3160a03a9eff20fb4800

**Московский
Институт
Психоанализа**

Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования
«Московский институт психоанализа»
(НОЧУ ВО «Московский институт психоанализа»)

*Утверждена Ученым советом вуза
Протокол № 5 от 17.12.2025 года*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.13 ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ
СРЕДНЕГО ЗВЕНА
по специальности**

51.02.02 СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ (ПО ВИДАМ)

Уровень образования, необходимый для приема на обучение по ППССЗ:
среднее общее образование

Срок получения среднего профессионального образования по программе подготовки
специалистов среднего звена в очной форме обучения:

2 года 10 месяцев

Квалификация выпускника: менеджер социально-культурной деятельности

Москва 2025г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта 51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам)

Организация-разработчик: НОЧУ ВО «Московский институт психоанализа».

СОДЕРЖАНИЕ

- 1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Продвижение в социальных сетях

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной дисциплины «Продвижение в социальных сетях» является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам).

1.2. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Учебная дисциплина «Продвижение в социальных сетях» относится к профессиональному циклу, включающему в себя общепрофессиональные дисциплины в структуре базовой подготовки.

1.3. Цель и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины

Цели освоения дисциплины: приобретение новых компетенций и практических навыков для профессиональной деятельности, направленной на управления репутацией бренда, личности, организации, создание комплекса маркетинговых мероприятий при работах с социальными сетями, анализ тематики площадок в социальных медиа, разработку методов и способов привлечения пользователей в интернет-сообщество.

В результате освоения дисциплины студент должен:

знать:

- Состав и особенности аудитории различных социальных медиа
- Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов
- Основы копирайтинга и веб-райтинга
- Основы деловой коммуникации
- Основы управления репутацией бренда, личности, организации
- Основы связей с общественностью
- Принципы функционирования современных социальных медиа
- Основы письменной коммуникации.

уметь:

- Проводить анализ торговых предложений конкурентов;
- Создавать портрет потребителя;
- Формулировать конкурентные преимущества продукта или услуги;
- Использовать инструментарий современных социальных медиа;
- Использовать поисковые системы для обнаружения площадок в социальных медиа;
- Анализировать тематику площадок в социальных медиа;
- Обрабатывать графические и текстовые материалы в социальных медиа;
- Размещать тексты и информацию других типов в социальных медиа;
- Использовать инструментарий современных социальных медиа;
- Обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств и платформ контент;
- Использовать рекламные возможности современных социальных медиа;
- Размещать рекламные материалы на рекламных площадках социальных медиа;
- Анализировать рекламные кампании конкурентов в социальных медиа;
- Разрабатывать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;
- Обосновывать выбор рекламных площадок;
- Сегментировать целевую аудиторию рекламной компании;

- Искать в социальных медиа в соответствии с заданными критериями рекламные
- площадки и составлять их список.

Перечень формируемых компетенций:

Общие компетенции (ОК):

ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам

ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы учебной дисциплины:

Максимальная учебная нагрузка обучающегося 40 часов, в том числе:

по очной форме обучения:

- обязательная аудиторная учебная нагрузка 36 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

По очной форме обучения

| Вид учебной работы | Объем часов по очной форме |
|---|-------------------------------|
| Максимальная учебная нагрузка (всего) | 40 |
| Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего) | 40 |
| в том числе: | |
| лекции | 12 |
| практические занятия | 24 |
| курсовая работа <i>(не предусмотрена)</i> | |
| Самостоятельная работа обучающегося (всего) | 4 |
| в том числе: | |
| самостоятельная работа над курсовой работой <i>(не предусмотрена)</i> | - |
| Изучение тем дисциплины, выносимых для самостоятельного изучения студентам; подготовка докладов, составление конспектов, решение задач, решение тестовых заданий. | 4 |
| подготовка к промежуточной аттестации (консультации) | - |
| экзамен | - |
| Промежуточная аттестация в форме - другая форма контроля | |

2.2. Тематический план и содержание дисциплины «Продвижение в социальных сетях»

| Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) | Объем, акад. ч |
|---|---|----------------|
| Подготовка к продвижению бизнеса в социальных сетях | Содержание | 2 |
| | Зачем бизнесу продвижение в социальных сетях. Анализ целевой аудитории и ее потребностей. Конкурентный анализ. Ценностное предложение. Контакт с аудиторией. | |
| | В том числе практических занятий | 4 |
| | Провести анализ поисковых запросов. Провести анализ конкурентов. Изучите социальные сети ваших конкурентов. Обобщите всю собранную информацию и заполните шаблон подготовительного документа для продвижения в социальных сетях | |
| Начало работы в социальных сетях | Содержание | 2 |
| | Работа в разных социальных сетях. Специфика, алгоритмы, монетизация. | |
| | В том числе практических занятий | 4 |
| | Создать социальную сеть по чек-листу | |
| Создание и оформление контента | Содержание | 2 |
| | Основные стратегии продвижения в SMM. Подготовка к созданию контента для социальных сетей. Тексты для социальных сетей. Короткие вертикальные видео. Оформление постов. Публикация постов. | |
| | В том числе практических занятий | 4 |
| | Заполнить таблицы рубрикатора, контент-плана. Сделать расписание или календарь публикаций на месяц. Снимите и смонтируйте короткий вертикальный ролик на любую тему. | |
| Создание и развитие сообщества в социальных сетях | Содержание | 2 |
| | Привлечение аудитории в сообщества. Работа с вовлеченностью аудитории в сообществе. Коммуникация с аудиторией в SMM. Управление репутацией в SMM | |
| | В том числе практических занятий | 4 |
| | Придумайте пример и пропишите вариант проведения для каждого типа конкурса. | |
| Реклама и аналитика в социальных сетях | Содержание | 2 |
| | Основы таргетированной рекламы. Нативная реклама в Дзене. | |
| | В том числе практических занятий | 8 |
| | Решение кейс-задач по негативным отзывам о продукте (услуги) компании | |
| Промежуточная аттестация – другая форма контроля | | 2 |
| Всего | | 40 |

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Для реализации программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Учебная аудитория для проведения занятий всех видов.

Кабинет менеджмента и социально-культурной деятельности.

Оборудование и технические средства обучения: рабочее место преподавателя, столы для обучающихся, стулья, учебная доска, стеллаж (шкаф), ноутбук с выходом в Интернет, в ЭИОС мультимедийный проектор, экран, расходные материалы.

Помещения для организации самостоятельной и воспитательной работы.

Оборудование и технические средства обучения: Столы для обучающихся, стулья. Компьютерная техника с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС: ноутбуки с выходом в Интернет и доступом в ЭИОС.

3.2. Программное обеспечение: общесистемное и прикладное программное обеспечение

– Лицензионное ПО Microsoft Windows: Windows Professional 10 Russian Upgrade OLV NL Each AcademicEdition Additional Product (АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ No Tr095234 от 23.09.2020, срок действия – Бессрочно)

– Лицензионное ПО Microsoft Office: Office Professional Plus 2019 Russian OLV NL Each AcademicEdition (АКТ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ПРАВ No Tr095234 от 23.09.2020, срок действия – Бессрочно)

– Лицензионное ПО IBK Aster: Электронная лицензия Pro-2 для Windows 7/8/10

– Программа управления автоматизированной информационной системой дистанционного синхронного и асинхронного обучения «InStudy» (Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ «№ 2017611267, Срок действия – бессрочно.)

3.3. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Базиян, Н. Р. Реклама и PR / Н. Р. Базиян. — 2-е изд. — Москва: Юриспруденция, 2025. — 448 с. — ISBN 978-5-9516-0830-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/152619.html>

2. Матвеева, М. А. Реклама и PR-Интернет: методическое пособие / М. А. Матвеева, В. Н. Молибог. — Симферополь: Университет экономики и управления, 2018. — 70 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86412.html>

Дополнительные источники:

1. Резепов, И. Ш. Психология рекламы и PR: учебное пособие / И. Ш. Резепов. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 224 с. — ISBN 978-5-394-01553-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75203.html>

2. Безрутченко, Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме : учебное пособие / Ю. В. Безрутченко. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 233 с. — ISBN 978-5-394-01664-6. — Текст: электронный // Цифровой

образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/75219.html>

Современные профессиональные базы данных и библиотечные фонды

– Электронно-библиотечная система АСУ IPRsmart (Лицензионный договор №12 332/24П от «18» декабря 2024 года, срок действия до 18.12.2027 г.)

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

| Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания) | Формы и методы контроля и оценки результатов обучения |
|--|---|
| <p>знать: Состав и особенности аудитории различных социальных медиа Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов Основы копирайтинга и веб-райтинга Основы деловой коммуникации Основы управления репутацией бренда, личности, организации Основы связей с общественностью Принципы функционирования современных социальных медиа Основы письменной коммуникации.</p> <p>уметь: Проводить анализ торговых предложений конкурентов; Создавать портрет потребителя; Формулировать конкурентные преимущества продукта или услуги; Использовать инструментарий современных социальных медиа; Использовать поисковые системы для обнаружения площадок в социальных медиа; Анализировать тематику площадок в социальных медиа; Обрабатывать графические и текстовые материалы в социальных медиа; Размещать тексты и информацию других типов в социальных медиа; Использовать инструментарий современных социальных медиа; Обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств и платформ контент; Использовать рекламные возможности современных социальных медиа; Размещать рекламные материалы на рекламных площадках социальных медиа; Анализировать рекламные кампании конкурентов в социальных медиа; Разрабатывать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество; Обосновывать выбор рекламных площадок; Сегментировать целевую аудиторию рекламной компании; Искать в социальных медиа в соответствии с заданными критериями рекламные площадки и составлять их список.</p> | <p>Оценка результатов выполнения практических работ; Экспертное наблюдение за ходом выполнения практических работ.</p> |