**АННОТАЦИЯ**

**Учебной дисциплины «SMM – кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности»**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Профиль подготовки:** «Работа с социальными медиа»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная, очно-заочная

**Год/годы и семестр/семестры обучения:** 1-й семестр 4-го года обучения

**Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Дисциплина «SMM – кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности» входит в факультативную часть ООП бакалавриата. Курс «SMM – кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности» логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП как «Профессиональные стандарты в PR и рекламе», «Правовое регулирование в PR и рекламе», «Социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Нейминг: технологии разработки, оценка эффективности», «Письменные коммуникации: Практикум».

**Общая трудоемкость дисциплины** составляет 2 зачетных единицы (72 часа). Курс локализован на МООС-платформе электронного обучения Coursera. Курс состоит из 4 учебных модулей, материал каждого модуля курса структурирован в виде видеолекций с интеграцией демонстрационных анимаций и презентаций, рекомендаций по организации самостоятельной работы и практических заданий различного типа.

Основной **целью** дисциплины «SMM – кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности», являющейся составной частью общей специализации «Цифровой SMM-проект: виртуальная платформа для бизнес-коммуникаций», является формирование базовые знаний и навыков использования социальных сетей и социальных медиа в продвижении и сопровождении цифрового личного, гражданского или бизнес-проекта на платформе социальных медиа.

Задачи дисциплины «SMM – кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности» заключаются:

- в обучении базовым и специфическим навыкам продвижения собственного продукта (личный аккаунт/услуга/товар/компания/бренд, блог) и другим видам маркетинговых коммуникаций (включая брендинг, мониторинг, клиентскую поддержку и рекрутинг) с помощью социальных медиа;

- в формировании представлений о стратегии реализации цифрового проекта в социальных медиа, включая знакомство с основами информационного права;

- в овладении студентами навыками начального графического дизайна в социальных сетях, контент-менеджмента и коммьюнити-менеджмента, в том числе технологиями защиты информации в сети Интернет;

- в построении стратегии присутствия в социальных сетях личности, компании, бренда.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **специальные профессиональные компетенции**:

- СПК-8 - демонстрация социально ответственного поведения посредством соблюдения правовых норм профессиональной онлайн деятельности;

- СПК-9 - владение технологиями защиты информации в сети Интернет.

Контроль знаний, умений и навыков студентов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: письменное домашнее задание (написание эссе, анализ кейс-стади и решение ситуативных задач, мини-проектные работы), которое предусматривает проверку заданий в режиме «peer-to-peer». Еще одной формой текущего контроля является тестирование. Тестирование предусматривает автоматический режим проверки и базируется на вопросах, обозначенных в лекциях и дополнительных источниках информации, изучаемых в ходе самостоятельной работы. Выполнение этих работ является обязательным для всех студентов, а результаты являются основанием для выставления оценок (рейтингового балла) текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующие ФОС разработаны.

***Форма итогового контроля:***зачет.