

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУЧНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ
И РЫБОХОЗЯЙСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Институт Экономики и Управления АПК
Кафедра Менеджмента в АПК

СОГЛАСОВАНО:

Директор института ЭиУ АПК

Шапорова З.Е.

"31"03. 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор Красноярский ГАУ

Пыжикова Н.И.

"31"03. 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**SOCIAL MEDIA MARKET
ФГОС ВО**

Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент»
(код, наименование)

Направленность (профиль) «Маркетинг и цифровые коммуникации»

Курс 1

Семестр (ы) 1

Форма обучения очно-заочная

Квалификация выпускника магистр

Красноярск, 2022

Составители: Колоскова Ю.И., канд.экон.наук, доцент

«17» 03 2022 г.

Программа разработана в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 38.04.02 «Менеджмент» и профессиональным стандартам:

Профессиональный стандарт Маркетолог № 366н от 04.06.2018 (08.035) Профессиональный стандарт Специалист по интернет-маркетингу № 95н от 19.02.2019 (06.043)

Программа обсуждена на заседании кафедры протокол № 7 «17» 03. 2022 г.

Зав. кафедрой Далисова Н.А., канд.экон.наук., доцент «17» 03 2022г.

Лист согласования рабочей программы

Программа принята методической комиссией института Экономики и Управления АПК протокол № 7 «21» 03 2022 г.

Председатель методической комиссии

Рожкова А.В., ст.преподаватель кафедры менеджмента в АПК

«21» 03 2022 г.

Заведующий выпускающей кафедрой по направлению подготовки (специальности) Далисова Н.А., канд.экон.наук., доцент

«21» 03 2022 г.

Оглавление

АННОТАЦИЯ	4
1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
2. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
3. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	5
4.1. ТРУДОЁМКОСТЬ МОДУЛЕЙ И МОДУЛЬНЫХ ЕДИНИЦ ДИСЦИПЛИНЫ	5
4.2. СОДЕРЖАНИЕ МОДУЛЕЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
4.3. ЛЕКЦИОННЫЕ/ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ.....	6
4.4. ЛАБОРАТОРНЫЕ/ПРАКТИЧЕСКИЕ/СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ	7
4.5. САМОСТОЯТЕЛЬНОЕ ИЗУЧЕНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ САМОПОДГОТОВКИ К ТЕКУЩЕМУ КОНТРОЛЮ ЗНАНИЙ	8
4.5.1. <i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний.....</i>	<i>8</i>
<i>Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний 8</i>	
<i>Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
4.5.2. <i>Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы.....</i>	<i>8</i>
<i>Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы</i>	<i>8</i>
5. ВЗАИМОСВЯЗЬ ВИДОВ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ	9
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	9
6.1. КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ (ТАБЛИЦА 9).....	9
6.2. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ» (ДАЛЕЕ – СЕТЬ «ИНТЕРНЕТ»).....	9
6.3. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ.....	9
7. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ЗАЯВЛЕННЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	11
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	11
9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	ОШИБКА! ЗАКЛАДКА НЕ ОПРЕДЕЛЕНА.2
9.1. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ.....	12
9.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	13
<i>Изменения</i>	<i>145</i>

Аннотация

Дисциплина «Social media market» является факультативной дисциплиной для подготовки обучающихся по направлению 38.04.02 «Менеджмент». Дисциплина реализуется в институте Экономики и управления АПК кафедрой Менеджмента в АПК.

Дисциплина нацелена на формирование профессиональной компетенции: (ПК-2).

Содержание дисциплины обеспечит обучающихся практическими знаниями, необходимыми для оценки, продвижения и управления в социальных сетях. Для этого предполагается сформировать понимание того, какие площадки необходимо выбирать для работы в социальных сетях, включая риски и выгоды от их применения, понимание поведения потребителей и поиск оптимальных инструментов, тактические знания, необходимые для выведения в цифровое пространство.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: (лекции, практические занятия, самостоятельная работа).

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме тестирования и промежуточный контроль в форме зачета.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные 16 часов, практические 16 часов, самостоятельная работа студента (76 часов).

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Social media market» включена в ОПОП, в факультативные дисциплины.

В рамках освоения дисциплины «Маркетинг инноваций» обучающиеся изучают следующие разделы:

1. Методы поиска проектных решений.
2. Стратегические подходы к коммерциализации инноваций на рынке.

Контроль знаний обучающихся проводится в форме текущего и промежуточных контролей, промежуточной аттестации в виде зачета.

2. Цели и задачи дисциплины. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Целью курса «Social media market» является: формирование у обучающихся понимания роли и значения социальных сетей, как способа доведения информации до ключевого потребителя. Выбор площадки и платформ является основой для успешного продвижения, как инструмента сокращения расходов.

Задачи дисциплины:

- овладение инструментами маркетинговых коммуникаций; знаниями эффективного функционирования маркетинговых коммуникаций в социальных сетях;
- системы функционирования современных коммуникаций, стимулирования сбыта и продаж посредством социальных сетей.

Таблица 1

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код, наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижений компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2 Способен разрабатывать стратегии продвижения организации, осуществляет контроль за реализацией стратегии в информационно-	ПК-4.ИД-2 -Планирует работу по продвижению проекта на каждом этапе реализации стратегии;	Знать: • процесс влияния социальных сетей на формирование спроса и стимулирования сбыта продукции; • выбор наиболее эффективных социальных сетей исходя из целевой аудитории;

телекоммуникационной сети "Интернет"	ПК- 4.И-2 -Вносит оперативные изменения с учетом выявленных причин расхождений.	• эффективное позиционирование предприятия и основные направления его коммуникационной деятельности; Уметь: • освещать основные направления деятельности в социальных сетях; • осуществлять подготовку по приемам содействия продажам и выбору оптимального канала коммуникации; Владеть: • средствами реализации информационных процессов и их применение; • навыками работы с информационными материалами разного назначения.
--------------------------------------	---	---

3. Организационно-методические данные дисциплины

Таблица 2

Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	зач. ед.	час.	по семестрам
			№1
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	3	108	108
Контактная работа	0,9	32	32
в том числе:			
Лекции (Л) / в том числе в интерактивной форме		16	16
Практические занятия (ПЗ) / в том числе в интерактивной форме		16	16/10
Самостоятельная работа (СРС)	2,1	76	76
в том числе:			
самостоятельное изучение тем и разделов		42	42
самоподготовка к текущему контролю знаний		25	25
подготовка и сдача зачета		9	9
Вид контроля:			зачет

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоемкость модулей и модульных единиц дисциплин

Таблица 3

Тематический план

№	Раздел дисциплины	Всего часов	В том числе			Формы контроля
			лекции	практические или семинарские занятия	СРС	
1	Особенности продвижения через социальные сети	46	8	8	38	опрос, задания, кейс
2	Стратегические подходы к организации рекламы и связей с общественностью в социальных сетях	62	8	8	38	

	Итого	108	16	16	76	Зачет
--	--------------	------------	-----------	-----------	-----------	--------------

4.2. Содержание модулей дисциплины

Модуль 1. Особенности продвижения через социальные сети

Модульная единица 1. Понятие и сущность социальных сетей;

Особенности развития социальных сетей; Виды социальных сетей. Комплекс маркетинговых коммуникаций и возможность их применения для выбранной целевой аудитории.

Модульная единица 2. Потребительские аудитории в социальных сетях. Особенности сегментации потребителей и определение необходимых каналов продвижения.

Модуль 2. Стратегическое планирование коммуникаций посредством социальных сетей

Модульная единица 1. Модель планирования и разработки стратегии маркетинговых коммуникаций в социальных сетях. Модель продвижения бренда; Обобщенная модель продвижения в social media.

Модульная единица 2. Стратегические подходы к управлению коммуникациями в социальных сетях. Использование инструментов продвижения в структуре интегрированных маркетинговых коммуникаций.

4.3. Лекционные/лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 4

Содержание лекционного курса

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Особенности продвижения через социальные сети		коллоквиум	8
	Модульная единица 1. Понятие и сущность социальных сетей;	Лекция 1 - Особенности развития социальных сетей	опрос	2
		Лекция 2 - Комплекс маркетинговых коммуникаций и возможность их применения для выбранной целевой аудитории.	опрос	2
	Модульная единица 2 Модульная единица 2. Потребительские аудитории в социальных сетях.	Лекция 1 – Особенности сегментации потребителей.	опрос	2
		Лекция 2 – Определение необходимых каналов продвижения	опрос	2
2.	Модуль 2 Стратегическое планирование коммуникаций посредством социальных сетей		коллоквиум	8
	Модульная единица 1 Модель планирования и разработки стратегии маркетинговых коммуникаций в социальных сетях.	Лекция 1 – Модель продвижения бренда	опрос	2
		Лекция 2 – Обобщенная модель продвижения в social media.	опрос	2
	Модульная единица 2 Стратегические подходы к управлению коммуникациями в соци-	Лекция 1 – Использование инструментов продвижения в структуре интегрированных маркетинговых коммуникаций.	опрос	2

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	№ и тема лекции	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
	альных сетях.	Лекция 2 – Эффективность от продвижения в социальных сетях	опрос	2
	Итого		Зачет	16

4.4. Лабораторные/практические/семинарские занятия

Таблица 5

Содержание занятий и контрольных мероприятий

№ п/п	№ модуля и модульной единицы дисциплины	и название лабораторных/практических занятий с указанием контрольных мероприятий	Вид контрольного мероприятия	Кол-во часов
1.	Модуль 1. Особенности продвижения через социальные сети.		кейс, тестирование	8/4
	Модульная единица 1. Понятие и сущность социальных сетей	Занятие № 1. Особенности развития социальных сетей	Практическое задание	2
		Занятие № 2 Комплекс маркетинговых коммуникаций и возможность их применения для выбранной целевой аудитории.	Практическое задание	2/2
	Модульная единица 2 Потребительские аудитории в социальных сетях.	Занятие № 1. Особенности сегментации потребителей	Практическое задание	2/2
		Занятие № 2. Определение необходимых каналов продвижения.	Практическое задание	2
2.	Модуль 2 Стратегическое планирование коммуникаций посредством социальных сетей		кейс, тестирование	8/6
	Модульная единица 1 Модель планирования и разработки стратегии маркетинговых коммуникаций в социальных сетях.	Занятие №1 Модель продвижения бренда	Практическое задание	2
		Занятие № 2 Обобщенная модель продвижения в social media.	Практическое задание	2/2
	Модульная единица 2 Стратегические подходы к управлению коммуникациями в социальных сетях.	Занятие №1 Использование инструментов продвижения в структуре интегрированных маркетинговых коммуникаций..	Практическое задание	2/2
		Занятие №2. Эффективность от продвижения в социальных сетях	Практическое задание	2/2
	Итого		Зачет	16/10

4.5. Самостоятельное изучение разделов дисциплины и виды самоподготовки к текущему контролю знаний

4.5.1. Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

Таблица 6

Перечень вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний

№п/п	№ модуля и модульной единицы	Перечень рассматриваемых вопросов для самостоятельного изучения и видов самоподготовки к текущему контролю знаний	Кол-во часов
Модуль 1. Понятие и сущность социальных сетей			21
1	Модульная единица 1. Понятие и сущность социальных сетей.	Понятие и сущность таргетинга; Интерактивное взаимодействие.	11
2	Модульная единица 2. Потребительские аудитории в социальных сетях.	Особенности взаимодействия посредством социальных сетей на рынке B2B; Определение поведенческих особенностей аудитории в различных социальных сетях.	10
Модуль 2. Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций			21
3	Модульная единица 1. Модель планирования и разработки стратегии маркетинговых коммуникаций в социальных сетях.	Особенности продвижения и выработки стратегии в социальной сети «ВК» Особенности продвижения и выработки стратегии на других площадках.	10
4	Модульная единица 2. Стратегические подходы к управлению коммуникациями в социальных сетях	Оценка эффективности работы в социальных сетях	11
подготовка к текущему контролю знаний			25
подготовка к зачету			9
ВСЕГО			76

4.5.2. Курсовые проекты (работы)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы

Не предусмотрено учебным планом

Таблица 7

№ п/п	Темы курсовых проектов (работ)/ контрольные работы/ расчетно-графические работы	Рекомендуемая литература (номер источника в соответствии с прилагаемым списком)

5. Взаимосвязь видов учебных занятий

Таблица 8

Взаимосвязь компетенций с учебным материалом и контролем знаний студентов

Компетенции	Лекции	ПЗ	СРС	Другие виды	Вид контроля
ПК-2 Способен разрабатывать стратегии продвижения организации, осуществляет контроль за реализацией стратегии в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	M1 М.ед.1 М.ед.2 M2 М.ед.1 М.ед.2	M1 М.ед.1 М.ед.2 M2 М.ед.1 М.ед.2	M1 М.ед.1 М.ед.2 M2 М.ед.1 М.ед.2		Опрос, Практические ситуации, зачет

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Карта обеспеченности литературой (таблица 9)

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»)

- Электронная- библиотечная система «Лань» e.lanbook.com
- Электронная библиотечная система «Юрайт» www.biblio-online.ru/
- Электронная библиотечная система «AgriLib» <http://ebs.rgazu.ru/>
- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU elibrary.ru

Информационные справочные системы:

- Справочно-правовая система КонсультантПлюс
- Информационно – аналитическая система «Статистика»

6.3. Программное обеспечение

1. Операционная система Windows (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

2. Офисный пакет приложений Microsoft Office (академическая лицензия № 44937729 от 15.12.2008).

3. Программа для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF; AcrobatProfessional (образовательная лицензия № CE0806966 от 27.06.2008).

4. Антивирусное программное обеспечение KasperskyEndpointSecurity (лицензия № 1800-191210-144044-563-2513 от 10.12.2019).

5. Система дистанционного образования «Moodle 3.5.6a» (бесплатно распространяемое ПО).

Таблица 9

КАРТА ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ЛИТЕРАТУРОЙ

Кафедра Менеджмента в АПК Направление подготовки 38.04.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг и цифровые коммуникации»
Дисциплина «Social media market»

Вид занятия	Наименование	Авторы	Издательство	Год издания	Вид издания		Место хранения		Необходимое количество экз.	Количество экз. в вузе
					Печ.	Электр.	Библ.	Каф.		
1	2	3	4	6	7	8	9	10	11	12
	<i>Основная литература</i>									
Лекции, практические занятия	ЦИФРОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ. Учебное пособие для вузов	Хуссейн И.Д	Юрайт	2022		+				https://urait.ru/viewer/internet-marketing-489043#page/11
Лекции, практические занятия	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A	Музыкант, В. Л.	Юрайт	2022		+				https://urait.ru/book/osnovy-integrirovannyh-kommunikaciy-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-2-smm-rynok-m-a-490449

Директор библиотеки

Р.А. Зорина

7. Критерии оценки знаний, умений, навыков и заявленных компетенций

Текущая аттестация обучающихся производится в дискретные временные интервалы преподавателем, ведущим лекционные и практические занятия по дисциплине в следующих формах:

- тестирование;
- опрос;
- выполнение практических ситуаций;
- кейсы.

Рейтинг – план дисциплины «Social media market»

	Модули	Часы	Баллы
1	Модуль № 1	46	40
2	Модуль № 2	62	40
	Зачет		20
	Итого	108	100

• Распределение баллов по модулям

№	Модули	Баллы по видам работ					Итого
		Ситуацион- ные задания	Опрос	Тестирование	кейс	Зачет	
1	Модуль № 1	10	10	10	10	-	40
2	Модуль № 2	10	10	10	10	-	40
	Зачет	-	-	-	-	20	20
	Итого	20	20	20	20	20	100

Промежуточный контроль (зачет)

Промежуточный контроль по результатам семестрам по дисциплине проходит в форме контрольного итогового тестирования.

Для допуска к промежуточному контролю обучающийся должен набрать необходимое количество баллов по итогам текущей аттестации – **40-80** баллов.

Итоговое тестирование включает в себя тестирующие материалы по всему курсу «Social media market» (10 тест-заданий в одном варианте).

Оценивание итогового тестирования осуществляется по следующим критериям:

Обучающийся, давший правильные ответы 85-100% тестирующих материалов (1-2 ошибки), получает максимальное количество баллов – 20.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 70-85% тестирующих материалов (3 ошибки), получает - 18 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы в пределах 60-70% (4 ошибки) тестирующих материалов, получает - 16 баллов.

Обучающийся, давший правильные ответы на менее чем 60% тестирующих материалов, не набирает баллов и приходит на контрольное тестирование повторно.

Баллы, полученные на итоговом тестировании, суммируются с баллами, полученными в течение семестра на текущей аттестации и принимается решение по следующим критериям:

До 65 – не зачтено

65 - 100- зачтено.

Обучающимся, не сдавшим зачет или не явившимся для сдачи зачета в установленный срок, предоставляется возможность пройти повторную промежуточную аттестацию в соответствии с графиком ликвидации академических задолженностей:
http://www.kgau.ru/new/news/news/grafik_lz.pdf.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебная аудитория 1-41 – для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой, 44 И). Рабочие места преподавателя и студентов, укомплектованные специализированной мебелью, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории. Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, общая локальная компьютерная сеть Internet, комплект мультимедийного оборудования: ноутбук AcerAspire 5, переносной экран на треноге MediumProfessional, переносной проектор EpsonEB.

Помещение для самостоятельной работы 3-13 (660130, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Елены Стасовой 44 «И») мебелью, общая локальная компьютерная сеть Internet, 11 компьютеров на базе процессора IntelCeleron в комплектации с мониторами Samsung, LG, Aser, Viewsonic и др. внешними периферийными устройствами, Приспособлено частично

9. Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

9.1. Методические указания по дисциплине для обучающихся

Рабочая программа предусматривает возможность обучения в рамках традиционной поточно-групповой системы обучения. При поточно –групповой системе обучения последовательность изучения учебно-образовательных модулей определяется его номером. При этом обучение рекомендуется в течение семестра: для обучающихся – 1 семестр.

На кафедре внедрена кредитно-модульная система обучения. При введении кредитно-модульной системы обучения сформирован учебный план таким образом, чтобы он обеспечивал возможность:

- изучение отдельных модулей в различные расширенные временные интервалы и различной последовательности.

Обучающиеся перед преподаванием дисциплин должны быть ознакомлены с системами кредитных единиц и балльно-рейтинговой оценкой.

Закрепление полученных теоретических знаний осуществляется на практических занятиях в завершающей части учебного курса. Выбор формы проведения практических занятий проводится преподавателем и может включать:

- имитационные занятия;
- решение ситуационных задач;
- кейсов;

- применение проектного метода;
- круглые столы;
- научно-практические конференции.

9.2. Методические указания по дисциплине для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается:

1. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - 1.1 размещение в доступных для обучающихся местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий;
 - 1.2 присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
 - 1.3 выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
2. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
 - 2.1 надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
3. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
 - 3.1 возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения института, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в одной из форм, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории студентов	Формы
С нарушением слуха	• в форме электронного документа;
С нарушением зрения	• в форме электронного документа
С нарушением опорно-двигательного аппарата	• в форме электронного документа;

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

ПРОТОКОЛ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Дата	Раздел	Изменения	Комментарии

Программу разработал:

Колоскова Ю.И., канд.экон.наук. доцент

РЕЦЕНЗИЯ
на рабочую программу по дисциплине
«Social media market»
по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент»,

Представленная на рецензию рабочая программа оформлена с соблюдением предъявленных требований к оформлению рабочих программ. Наполнение материалом и содержательная сторона рабочей программы в полной мере соответствует заявленным областям профессиональной деятельности и профессиональным стандартам для подготовки обучающихся по направлению 38.04.02 "Менеджмент".

Дисциплина " Social media market " является элементом обязательной части учебного плана по подготовке обучающихся по направлению 38.04.02 "Менеджмент".

Предложенные в программе перечень тем лекций и их содержание позволяют получить необходимые теоретические знания в области менеджмента с целью выработки экономических и административно-управленческих решений.

Программа проведения практических занятий, предложенные в ней образовательные технологии, позволяют достичь заявленной цели, а также сформировать необходимые компетенции у обучающихся и подготовить их к изучению учебных курсов, опирающихся на дисциплину.

Предложенная в программе система контрольных процедур и средства их обеспечения позволяют оценить степень освоения обучающимся материала дисциплины и качество сформированных компетенций необходимых для дальнейшей профессиональной деятельности.

Анализ учебно-методического и информационного обеспечения, заявленного в рабочей программе, в полной мере способствует развитию и закреплению полученного материала в рамках контактной работы.

Считаю, что представленная на рецензию рабочая программа полностью удовлетворяет требованиям и может быть использована для подготовки обучающихся по дисциплине " Social media market " по направлению 38.04.02 "Менеджмент".

Лобков Константин Юрьевич
канд.экон.наук, доцент,
директор института Инженерной экономики
ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет науки
и технологий имени академика М.Ф.Решетнева

