

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 08.06.2022 17:19:03  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования «Российский университет дружбы народов»**

**Экономический факультет**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Маркетинг и PR в социальных сетях. Блоггинг**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МСЧН для направления подготовки/специальности:**

**38.00.00 «Экономика и управление»**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

**Все профили**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2022 г.

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Маркетинг и PR в социальных сетях. Блоггинг» является формирование у студентов компетенций в практическом овладении технологиями и PR инструментами современных социальных сетей и эффективности блоггинга, как маркетингового инструмента.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Маркетинг и PR в социальных сетях. Блоггинг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы
		УК-2.2 Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений
		УК-2.3 Контролирует ход выполнения проекта, корректирует план-график в соответствии с результатами контроля
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	ОПК-2.3 Осуществляет визуализацию данных и презентацию решений в информационной среде
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.1 Выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций
		ОПК-4.2 Разрабатывает бизнес-планы проектов и направлений бизнеса
ПКО-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКО-2.2 Использует современные подходы при разработке сбытовой политики компании и политики продвижения, в том числе и на международных рынках
		ПКО-2.5 Демонстрирует навыки в управлении бюджетом компании, в том

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		числе рекламным бюджетом и бюджетом на продвижение
		ПКО-2.6 Умеет интегрировать различные инструменты продвижения в комплексе маркетинговых коммуникаций
ПКО-3	Способность управлять маркетинговой деятельностью организации	ПКО-3.2 Владеет навыками применения в процессе предпринимательской деятельности различных подходов к инновациям и инновационными подходами на решение традиционных проблем
		ПКО-3.3 Определяет наиболее оптимальный вариант при сравнении нескольких вариантов решения при разработке программы маркетинговой деятельности компании
		ПКО-3.4 Формирует имидж компании и ее продуктов в процессе осуществления деятельности на рынке
		ПКО-3.5 Применяет современные модели развития и управления брендом компании на рынке

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Маркетинг и PR в социальных сетях. Блоггинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Маркетинг и PR в социальных сетях. Блоггинг».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм,	Стратегический менеджмент Методы принятия управленческих решений Управление проектами Корпоративный PR Маркетинговое обоснование старт-ап Маркетинговые аспекты блокчейна Event-маркетинг ATL коммуникации	Преддипломная практика Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
	имеющихся ресурсов и ограничений	BTL коммуникации	
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	Бухгалтерский учет Статистика Стратегический менеджмент Курсовой проект "Стратегический менеджмент" Экономическая география Экономико-математическое моделирование Методы принятия управленческих решений Управление проектами Методы исследования рынка Управление продуктом Брендинг Маркетинг взаимоотношений и партнерства Поведение потребителей Курсовая работа "Брендинг" Навыки и технологии публичных презентаций Финансовая аналитика в Excel Основы научных исследований Тренинг: работа с международной статистикой Основы международных стандартов учета и аудита Big Data: основы анализа данных Города в глобальной экономике Бизнес-аналитика Эффективное продвижение результатов научных исследований и проектов Внутренний контроль фирмы Дизайн-мышление Корпоративный PR Маркетинговое обоснование старта-ап Digital marketing Маркетинговое управление бизнес-процессами Маркетинговые аспекты блокчейна Event-маркетинг ATL коммуникации BTL коммуникации CRM системы и программы лояльности	Преддипломная практика Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
		Управление маркетинговыми проектами Категорийный маркетинг Стратегии и технологии продаж на рынках товаров повседневного спроса	
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Экономика предприятия Методы исследования рынка Лидерство Брендинг Международный маркетинг Стратегический маркетинг Маркетинг продаж Основы предпринимательства Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ Коммерциализация стартап идеи Мировые финансовые центры Моделирование бизнес-процессов Глобальная война за потребителей на мировых товарных рынках Phygital-технологии в экономике Международные экономические организации Корпоративный PR Маркетинговое обоснование старт-ап Маркетинговое управление бизнес-процессами Digital marketing Маркетинговые аспекты блокчейна Event-маркетинг ATL коммуникации BTL коммуникации	Преддипломная практика Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
ПКО-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Управление проектами Маркетинговые исследования Маркетинг в отраслях и сферах деятельности Управление продуктом Брендинг Маркетинг взаимоотношений и партнерства B2B маркетинг Международный маркетинг Поведение потребителей Маркетинговые коммуникации Стратегический маркетинг	Преддипломная практика Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики	Последующие дисциплины/модули, практики
		<p>Маркетинг продаж  Курсовая работа "Маркетинговые исследования"  Курсовая работа "Брендинг"  Бенчмаркинг (конкурентный мониторинг)  Маркетинг услуг  Основы практического маркетинга в малом и среднем бизнесе  Прикладные маркетинговые исследования  Корпоративный PR  Маркетинговое обоснование старт-ап  Маркетинговые аспекты блокчейна  Event-маркетинг  ATL коммуникации  BTL коммуникации  CRM системы и программы лояльности  Управление маркетинговыми проектами  Категорийный маркетинг  Стратегии и технологии продаж на рынках товаров повседневного спроса  Маркетинговое администрирование  Контент-маркетинг</p>	
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Лидерство Эмоциональный интеллект	Преддипломная практика Подготовка и сдача государственного экзамена Оформление, подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Лидерство	Профессиональные коммуникации в менеджменте (иностранный язык) Преддипломная практика Подготовка и сдача государственного экзамена



Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	60								60
Контроль (зачет с оценкой), ак.ч.	18								18
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.	<b>108</b>							
	зач.ед.	<b>3</b>							

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНО-ЗАОЧНОЙ** формы обучения\*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.					
в том числе:					
Лекции (ЛК)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)					
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.					
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.					
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.				
	зач.ед.				

\* - заполняется в случае реализации программы в очно-заочной форме

Таблица 4.3. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ЗАОЧНОЙ** формы обучения\*

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр(-ы)			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.					
в том числе:					
Лекции (ЛК)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)					
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.					
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.					
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	ак.ч.				
	зач.ед.				

\* - заполняется в случае реализации программы в заочной форме

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Теоретические основы Маркетинга и PR в социальных сетях. Блоггинг	Тема 1. Определение маркетингового блога, его структурные и технические характеристики Типы блогов и критерии их типологизации. Основные функции блогов и их отличие от традиционных СМИ. Роль PR в социальных сетях и их влияние на блоггинг.	ЛК, СЗ



	Тема 2. Социальные медиа и аудитория интернет-пространства. Понятие Интернет-аудитории, пользователи целевой аудитории, целевых групп. Характеристика мировой аудитории социальных сетей.	ЛК, СЗ
Основные глобальные и национальные социальные сети.	Тема 3. Роль социальных сетей в современном интернет-пространстве	ЛК, СЗ
	Тема 4. Основные глобальные сети: их особенности и возможности использования для корпоративного и личного общения.	ЛК, СЗ
	Тема 5. Основные национальные (российские) сети: их особенности и возможности использования для корпоративного и личного общения.	ЛК, СЗ
Использование социальных сетей в системе личных коммуникаций.	Тема 6. Правила и технологии личного общения в социальных сетях.	
Использование PR социальных сетей в системе корпоративных коммуникаций и бизнес-процессов.	Тема 7. Рыночный мониторинг PR в социальных сетях.	ЛК, СЗ
	Тема 8. Инструменты PR продвижения брендов в социальных сетях	ЛК, СЗ
	Тема 9. Феномен блогинга.	ЛК, СЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. Аудитория 340	Мультимедиа проектор Casio XJ-F100W Экран настенный Digis Dsem-1105
Компьютерный класс	Компьютерный класс для проведения занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная персональными компьютерами (в	Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21"Мультимедиа

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
	количестве <u>21</u> шт.), доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций. Аудитория 29	проектор Casio XJ-V100W, Экран моторизованный Digis Electra 200*150 Dsem-4303
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Зал библиотеки

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Основная литература:*

1. Маркетинг : учебное пособие / А.М. Зобов, Е.А. Дегтерева, А.М. Чернышева. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2021. - 358 с. : ил. - ISBN 978-5-209-10409-4 : 283.38.  
<https://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/8931>
2. АТЛ-коммуникации : учебно-методическое пособие / А.М. Чернышева. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2020. - 65 с. : ил. - ISBN 978-5-209-10678-4 : 70.98.  
<https://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/8994>
3. Ключевые показатели эффективности. 75 показателей, которые должен знать каждый менеджер = Key performace indicators. The 75 measures every manager needs to know / Б. Марр ; Пер. с англ. А.В. Шаврина. - 4-е изд. ; Электронные текстовые данные. - М. : Лаборатория знаний, 2019. - 340 с. : ил. - ISBN 978-5-00101-102-6 : 495.00.  
<https://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6767>
4. Язык и речь в Интернете: личность, общество, коммуникация, культура [Электронный ресурс] : Сборник статей 2 Международной научно-практической конференции. Москва, РУДН, 29–30 марта 2018 г.: в 2 т. Т. 2 / Под общ. ред. А.В. Должиковой, В.В. Барабаша. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2018. - 470 с. : ил. - ISBN 978-5-209-08628-4. - ISBN 978-5-209-08630-7 (т. 2).  
<http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6496>
5. Е.Ю. Бурдовская, Г.Н. Трофимова, В.В. Кислый, А.В. Харченко Средства массовой коммуникации в многополярном мире: Проблемы и перспективы [Электронный ресурс] : Материалы IX Всероссийской научно-практической

конференции. Москва, РУДН, 9 ноября 2018 г. / Сост. Е.Ю. Бурдовская, Г.Н. Трофимова, В.В. Кислый, А.В. Харченко ; под ред. В.В. Барабаша. - Электронные текстовые данные. - М. : Изд-во РУДН, 2018. - 354 с. : ил. - ISBN 978-5-209-08416-7 <http://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/6972>

*Дополнительная литература:*

1. Цифровые технологии в политических исследованиях : учебно-методическое пособие / Е.А. Иванова, С.А. Степанов. - Электронные текстовые данные. - Москва : РУДН, 2021. - 59 с. - ISBN 978-5-209-11120-7 : 118.14. <https://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/9204>
2. Фейковые новости. Информационная мистификация : учебное пособие для вузов / С.С. Распопова, Е.Н. Богдан. - М. : Аспект Пресс, 2018. - 112 с. - ISBN 978-5-7567-0940-7 : 200.00. <https://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/9289>
3. Рекламный вектор - 2020: smart-коммуникации : сборник материалов XIV Всероссийской научно-практической конференции. Москва, 8–9 апреля 2020 г. - Электронные текстовые данные. - М. : РУДН, 2020. - 349 с. : ил. - ISBN 978-5-209-10337-0. <https://lib.rudn.ru/ProtectedView/Book/ViewBook/8398>

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров:

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)

- ЭБС «Лань» <http://e.lanbook.com/>

- ЭБС «Троицкий мост»

- .....

2. Базы данных и поисковые системы:

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>

- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>

- поисковая система Google <https://www.google.ru/>

- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

- .....

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Маркетинг и PR в социальных сетях. Блоггинг».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**  
<https://esystem.rudn.ru/enrol/index.php?id=16380>

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Маркетинг и PR в социальных сетях. Блоггинг» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.

### **РАЗРАБОТЧИКИ:**

**Ассистент кафедры  
«Маркетинг»**



**Зайцева А.Ю.**

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

### **РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

**Зав. Каф. Маркетинг**



**Зобов А.М.**

---

Наименование БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.

### **РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

**Зав. Каф. Маркетинг**



**Зобов А.М.**

---

Должность, БУП

---

Подпись

---

Фамилия И.О.