

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.05.2026 18:15:53
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

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

Высшая школа управления

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

SMM ПРОДВИЖЕНИЕ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «SMM продвижение» входит в программу бакалавриата «Управление предприятиями» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 4 семестре 2 курса. Дисциплину реализует Кафедра математического моделирования и информационных технологий. Дисциплина состоит из 4 разделов и 12 тем и направлена на изучение методов и инструментов продвижения брендов, товаров и услуг в социальных сетях, формирования и развития сообществ, создания эффективного контента, анализа результатов и применения современных технологий, включая искусственный интеллект, для достижения маркетинговых целей.

Целью освоения дисциплины является формирование практических навыков для успешного продвижения брендов, товаров и услуг в социальных сетях.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «SMM продвижение» 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-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.2 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений; УК-1.3 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;
УК-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	УК-12.1 Осуществляет поиск нужных источников информации и данных, воспринимает, анализирует, запоминает и передает информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; УК-12.2 Проводит оценку информации, ее достоверность, строит логические умозаключения на основании поступающих информации и данных;
ПК-2	Способность разрабатывать производственные программы и календарные графики выпуска продукции в структурном подразделении	ПК-2.1 Использует методы управления при решении производственных задач и выявляет возможности повышения эффективности управления; ПК-2.2 Разрабатывает и внедряет нормативы для производственного планирования; ПК-2.3 Анализирует показатели деятельности структурных подразделений производственной организации; ПК-2.4 Разрабатывает рекомендации по использованию научно- обоснованных методов комплексного решения задач тактического планирования производства с применением современных информационных технологий;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «SMM продвижение» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов

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-12	Способен: искать нужные источники информации и данные, воспринимать, анализировать, запоминать и передавать информацию с использованием цифровых средств, а также с помощью алгоритмов при работе с полученными из различных источников данными с целью эффективного использования полученной информации для решения задач; проводить оценку информации, ее достоверность, строить логические умозаключения на основании поступающих информации и данных	Цифровая грамотность; Деловые коммуникации; Статистика; Продвинутый Excel**; Основы программирования на Python**; Инфографика и технология презентаций**; Информационные и цифровые технологии в управлении предприятием;	Производственно-управленческая практика; Преддипломная практика; Управление организацией в условиях неопределенности**; Цифровые технологии в бизнесе**; Управление денежными потоками**; Корпоративное право и управление имущественным комплексом**; Прикладной искусственный интеллект в менеджменте;
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Философия; Математика; Теория управления; Теория организации; Введение в специальность; Микроэкономика; Макроэкономика; Основы менеджмента; Социология**; Маркетинг; Ознакомительная практика;	Производственно-управленческая практика; Преддипломная практика; Финансовый менеджмент; Стратегический менеджмент; E-commerce; Экономика предприятия; Аналитика данных (BI); Продакт-менеджмент**; Основы банковского дела**; Экономика и организация внешнеэкономической деятельности**; Государственно-частное партнерство в реализации наукоемких проектов**; Кадровая политика наукоемких организаций и стратегия управления персоналом**; Мотивация и стимулирование трудовой деятельности**; Менеджмент качества; Управление конкурентоспособностью бизнеса; Логистика; Бизнес-разведка**; Международный маркетинг**; Управление поставками и сбытом наукоемкой продукции**; Startup и привлечение инвестиций**;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
ПК-2	Способность разрабатывать производственные программы и календарные графики выпуска продукции в структурном подразделении	Информационные и цифровые технологии в управлении предприятием; Экономико-математическое моделирование;	Преддипломная практика; Прикладной искусственный интеллект в менеджменте; Ценообразование и ценовая конкуренция; Продакт-менеджмент**; Основы банковского дела**; Управление организацией в условиях неопределенности**; Цифровые технологии в бизнесе**; Управление денежными потоками**; Корпоративное право и управление имущественным комплексом**; Инновационный менеджмент; Антикризисное управление; Логистика; Корпоративные финансы; Налоги и налогообложение; Экономика и организация внешнеэкономической деятельности**; Государственно-частное партнерство в реализации наукоемких проектов**; Кадровая политика наукоемких организаций и стратегия управления персоналом**; Мотивация и стимулирование трудовой деятельности**;

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «SMM продвижение» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			4
Контактная работа, ак.ч	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	29		29
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

Общая трудоемкость дисциплины «SMM продвижение» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			4
Контактная работа, ак.ч	17		17
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	46		46
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Наименование темы		Содержание темы	Вид учебной работы*
Раздел 1	Основы SMM и стратегия продвижения	1.1	Введение в SMM: цели, задачи и инструменты	Определение SMM, его роль в современном маркетинге.	ЛК, СЗ
		1.2	Анализ целевой аудитории и конкурентов	Методы исследования аудитории (сегментация, портреты пользователей). Анализ конкурентов: выявление сильных и слабых сторон, поиск точек роста.	ЛК, СЗ
		1.3	Разработка SMM-стратегии	Этапы создания стратегии: постановка целей, выбор площадок, контент-план, KPI. Примеры успешных стратегий и типичные ошибки.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Создание и оформление контента	2.1	Виды и форматы контента для соцсетей	Текстовый, визуальный, видеоконтент, stories, reels, прямые эфиры. Особенности адаптации контента под разные платформы.	ЛК, СЗ
		2.2	Визуальное оформление и фирменный стиль	Роль визуала в продвижении. Основы композиции, цветовые решения, работа с шаблонами. Создание узнаваемого бренда в соцсетях.	ЛК, СЗ
		2.3	Копирайтинг и работа с текстами	Написание вовлекающих постов, заголовков, призывов к действию. Правила работы с хештегами, эмодзи, структура текстов для разных форматов.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Искусственный интеллект в SMM	3.1	Введение в ИИ для SMM-специалиста	Что такое искусственный интеллект и как он применяется в SMM. Примеры задач: анализ данных, автоматизация постинга, персонализация контента.	ЛК, СЗ
		3.2	Инструменты ИИ для создания и оптимизации контента	Обзор сервисов для генерации текстов, изображений, видео. Автоматический подбор хештегов, анализ вовлеченности, рекомендации по улучшению постов.	ЛК, СЗ
		3.3	Этика и перспективы использования ИИ в SMM	Вопросы авторства, прозрачности и доверия при работе с ИИ. Будущее профессии: новые возможности и вызовы для SMM-специалистов.	ЛК, СЗ
Раздел 4	Аналитика, продвижение и тренды	4.1	Аналитика эффективности SMM-кампаний	Ключевые метрики (охват, вовлеченность, конверсия). Инструменты аналитики: встроенные сервисы соцсетей и внешние платформы.	ЛК, СЗ
		4.2	Таргетированная реклама и продвижение	Основы настройки таргета: аудитория, бюджеты, креативы. Анализ результатов и оптимизация рекламных кампаний.	ЛК, СЗ
		4.3	Актуальные тренды и новые форматы в SMM	Обзор новых инструментов и форматов (например, короткие видео, интерактивы, коллаборации). Как адаптировать стратегию под быстро меняющиеся тренды.	ЛК, СЗ

* - заполняется только по ОЧНОЙ форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/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.	
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 501 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561458> (дата обращения: 14.04.2026).

2. Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг : учебник для вузов / Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 216 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17395-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589325> (дата обращения: 14.04.2026).

Дополнительная литература:

1. Моргачева, И. Н. Контент-маркетинг : учебник для вузов / И. Н. Моргачева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 94 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21349-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/590188> (дата обращения: 14.04.2026).

2. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589140> (дата обращения: 14.04.2026).

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 <https://mega.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
- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>
- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>
- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

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

1. Курс лекций по дисциплине «SMM продвижение».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИКИ

Ассистент

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО

Заведующий кафедрой

Должность

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП

Заведующий кафедрой

Должность

Гребнева В.О.

Фамилия И.О

Чурсин А.А.

Фамилия И.О

Кокуйцева Т.В.

Фамилия И.О