 EKTU <small>1998</small>	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 1 из 11
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-II-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	



Министерство науки и высшего образования Республики Казахстан

ВКТУ им.Д.Серикбаева

УТВЕРЖДАЮ:

Декан ШБ:

Закимова А.М.

_____ 2023 г.

РАЗРАБОТКА ЭЛЕКТРОННЫХ МЕДИАПРОДУКТОВ И РЕКЛАМА

Рабочая учебная программа (силлабус)

Образовательная программа: 6В04107 Social медиа маркетинг


Код дисциплины: REMR4305

Количество кредитов: 5

Цикл: ПД

Компонент: КВ

Усть-Каменогорск, 2023

 EKTU <small>1998</small>	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 2 из 11
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-II-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Рабочая учебная программа (силлабус) разработана на «ШБ» на основании Государственных общеобязательных стандартов высшего и послевузовского образования (Приказ Министра науки и высшего образования РК №2 от 20.07.2022 г.), Правил организации учебного процесса по кредитной технологии обучения (Приказ Министра образования и науки РК от №152 от 20.04.2011 г.), Образовательной программы, Рабочего учебного плана, Каталога элективных дисциплин.

Одобрено Комиссией по обеспечению качества

Председатель

Жанабаева А.С.

Дата 01.09.2023 г. протокол №1

Руководитель образовательной программы


Байтикенова Г.А.
6В04107

Сотрудник библиотеки

Дроздова О.Н.

Разработал

Ефремова Ю.В.
Старший преподаватель
Кайсанова Н.Б.
Преподаватель
Мухамедгалиева Н.Н.
Преподаватель
Хван В.С.
Преподаватель

 ЕКТУ <small>1998</small>	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 3 из 11
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-П-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

1 ХАРАКТЕРИСТИКА ДИСЦИПЛИНЫ, ЕЕ МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

1.1 Краткое описание дисциплины

Данный курс предусматривает приобретение студентами практических навыков разработки цифровых продуктов медиа рынка и рекламы. Рассмотрены следующие вопросы: содержание и специфика построения системы рекламных коммуникаций в сфере web-media, концепция медиапродукта организации, практические приемы и методы создания и совершенствования медиапродукта компании.

1.2 Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины:

Подготовка к выполнению таких профессиональных задач, как сбор и анализ информации для разработки медиапродукта, текущее и перспективное планирование деятельности СМИ. Заложить основы роли маркетинга в развитии медиаиндустрии и продвижении массово-информационной продукции, о подходах в реализации задач рекламного маркетинга.


Задачи изучения дисциплины:

- познакомиться с различными инструментами, используемыми для медийного рынка;
- понять цели и задачи рекламы;
- определить понятие медиапродукта и его роль в продвижении на информационном рынке;

1.3 Результаты обучения

Результаты обучения определяются на основе Дублинских дескрипторов соответствующего уровня образования и выражаются через компетенции.

Формируемые ключевые компетенции	Результаты обучения (единицы ключевых компетенций)	
	образовательной программы	дисциплины
	PO9 - Создавать профессиональный актуальный медиапродукт в цифровой, письменной, аудиальной, визуальной формах, востребованный целевой аудиторией.	
	PO14 - Уметь эффективно применять современные инструменты social media маркетинга.	
	PO18 - Владение навыками проведения партнерских проектов и рекламных кампаний онлайн и оффлайн, event-	

 ЕКТУ <small>2008</small>	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 4 из 11
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-II-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Формируемые ключевые компетенции	Результаты обучения (единицы ключевых компетенций)	
	образовательной программы	дисциплины
коммуникационного блока SMM-маркетинга: привлечение аудитории, работа с репутацией бренда в социальных сетях.	мероприятий, PR.	

1.3.1 Политика оценивания результатов обучения

Оценка по буквенной системе	Баллы (%-ное содержание)			
	90-100	70-89	50-69	0-49
Оценка по традиционной системе	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно

1.4 Образовательные технологии, применяемые при освоении дисциплины


1.4.1 Основные образовательные технологии

При проведении учебных занятий предусматривается использование следующих образовательных технологий:

- При проведении учебных занятий предусматривается использование следующих образовательных технологий: 1) технологии проблемно- и проектно- ориентированного обучения; Обучение по методу проектов строится как процесс поиска решения какой-то проблемы (теоретической или практической) через постановку нескольких конкретных, логически связанных между собой по содержанию задач. При этом тематика проектов формулируется в рамках утвержденной учебной программы по дисциплине. Проект выполняется в течение определенного отрезка времени и с различным составом обучающихся (индивидуальное, парное, групповое обучение). 2) метод кейсов (анализ ситуации); Кейс-технология позволяет развивать творческие способности обучающихся, формирует навыки выполнения сложных заданий в составе небольших групп, помогает специалистам успешно овладеть способностями анализа непредвиденной ситуации, самостоятельно разрабатывать алгоритмы принятия решения. 3) информационно-коммуникационные (в том числе дистанционные образовательные) технологии. Применение современных информационно-коммуникационных технологий позволяет организовать оптимальное взаимодействие между студентом и преподавателем с целью достижения результата обучения. 4) коммуникативные технологии (дискуссия, мозговой штурм как форма творческой, коллективной работы для поиска решений поставленных проблем).

1.4.2 Адаптивные образовательные технологии (инклюзивное обучение)

Для успешного освоения дисциплины при обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья могут применяться следующие адаптивные образовательные технологии:

 ЕКТУ <small>2008</small>	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 5 из 11
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-II-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

- Для успешного освоения дисциплины при обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья могут применяться следующие адаптивные образовательные технологии: - дистанционные образовательные; - лично ориентированные (например, использование экранной клавиатуры и альтернативных устройств ввода информации для обучающихся с нарушениями опорнодвигательного аппарата; оборудование учебной аудитории, в которой обучаются студенты с нарушением слуха компьютерной техникой, аудиотехникой, видеотехникой, электронной доской); - предметно-ориентированные (процесс целеобразования, т.е. цели формируются через их результаты, выраженные в действиях обучающихся); - проведение дополнительных индивидуальных консультаций и занятий с обучающимися, организованные для оказания помощи в освоении учебного материала.

1.5 Пререквизиты

- Основы маркетинга

1.6 Постреквизиты

1.7 Трудоемкость дисциплины

Виды работ	часы
Лекции	15
Практические работы	30
СРОП	30
СРО	75
Форма проведения итогового контроля	экзамен


2 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Тематический план

№	Наименование темы и ее содержание	Трудоемкость в часах	Ссылка на литературу
Лекционные занятия			
1	Тема 1. Понятие, сущность и свойства медиа-продукта	1	1-5
2	Тема 2. Реклама, классификация видов, средств и форм рекламной деятельности, НПА о рекламе	1	1-5
3	Тема 3. Использование психологических приемов в продаже	1	1-5
4	Тема 4. Воронка продаж и рекламные инструменты	1	1-5
5	Тема 5. Цели, задачи, функции рекламы.	1	1-5
6	Тема 6. Правила успешной рекламы-что и как рекламировать	1	1-5




№	Наименование темы и ее содержание	Трудоемкость в часах	Ссылка на литературу
7	Тема 7. Личный бренд: создание и продвижение	1	1-5
8	Тема 8. Реклама в социальных сетях: каналы и виды размещений	1	1-5
9	Тема 9. Контент-план, цели и основные правила составления, рекламный контент.	1	1-5
10	Тема 10. Взаимодействия заказчика и исполнителя при настройке рекламы	1	1-5
11	Тема 11. Основы медиапланирования: цели, стратегии рекламы, исследование аудитории и рынка.	1	1-5
12	Тема 12. Создание контента для медиапродуктов: ключевые принципы креативного процесса, оптимизация контента для разных платформ.	1	1-5
13	Тема 13. Аналитика и измерение успеха: использование аналитических инструментов	1	1-5
14	Тема 14. Социальные медиа и социальная реклама: стратегии продвижения в социальных сетях, создание рекламных компаний в социальных медиа.	1	1-5
15	Тема 15. Этика и правовые аспекты: законы и правила в сфере рекламы, этические вопросы в медиа.	1	1-5
ИТОГО		10	
Практические занятия			
1	Тема 1. Понятие, сущность и свойства медиа-продукта	1	1-5
2	Тема 2. Реклама, классификация видов, средств и форм рекламной деятельности, НПА о рекламе	1	1-5
3	Тема 3. Использование психологических приемов в продаже	1	1-5
4	Тема 4. Воронка продаж и рекламные инструменты	1	1-5
5	Тема 5. Цели, задачи, функции рекламы.	1	1-5
6	Тема 6. Правила успешной рекламы-что и как рекламировать	1	1-5
7	Тема 7. Личный бренд: создание и продвижение	1	1-5
8	Тема 8. Реклама в социальных сетях: каналы и виды размещений	1	1-5
9	Тема 9. Контент-план, цели и основные правила составления, рекламный контент.	1	1-5
10	Тема 10. Взаимодействия заказчика и исполнителя при настройке рекламы	1	1-5
11	Тема 11. Основы медиапланирования: цели, стратегии рекламы, исследование аудитории и рынка.	1	1-5
12	Тема 12. Создание контента для медиапродуктов: ключевые принципы креативного процесса, оптимизация контента для	1	1-5

 ЕКТУ <small>2008</small>	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 7 из 11
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-ІІ-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

№	Наименование темы и ее содержание	Трудоемкость в часах	Ссылка на литературу
	разных платформ.		
13	Тема 13. Аналитика и измерение успеха: использование аналитических инструментов	1	1-5
14	Тема 14. Социальные медиа и социальная реклама: стратегии продвижения в социальных сетях, создание рекламных компаний в социальных медиа.	1	1-5
15	Тема 15. Этика и правовые аспекты: законы и правила в сфере рекламы, этические вопросы в медиа.	1	1-5
ИТОГО		10	

2.2 Задания для самостоятельной работы обучающегося (СРО)

Тема	Содержание задания	Форма контроля	Срок сдачи, неделя	Трудоемкость в часах	Ссылка на литературу
Понятие, сущность и свойства медиа-продукта	Устный опрос	Проверка задания	1	1	1-5
Реклама, классификация видов, средств и форм рекламной деятельности, НПА о рекламе	Индивидуальное задание	Проверка задания	2	1	1-5
Использование психологических приемов в продаже	Коллоквиум	Проверка задания	3	1	1-5
Воронка продаж и рекламные инструменты	Работа в студии	Проверка задания	4	1	1-5
Цели, задачи, функции рекламы.	Тестирование	Проверка задания	5	1	1-5
Правила успешной рекламы-что и как рекламировать	Устный опрос	Проверка задания	6	1	1-5
Личный бренд: создание и продвижение	Индивидуальное задание	Проверка задания	7	1	1-5
Реклама в социальных сетях: каналы и виды размещений	Коллоквиум	Проверка задания	8	1	1-5
Контент-план, цели и основные правила составления,	Работа в студии	Проверка задания	9	1	1-5

 ЕКТУ <small>1998</small>	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 9 из 11
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-ІІ-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Вид задания	Академический период обучения, неделя														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Понимание															
Тестирование					+					+					
Применение															
Работа в студии				+					+						
Анализ															
Коллоквиум			+					+							

3 ОЦЕНКА ЗНАНИЙ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ

Преподаватель проводит все виды текущего контроля и выводит соответствующую оценку текущей успеваемости обучающихся два раза в академический период (семестр, триместр, квартал). По результатам текущего контроля формируется рейтинг 1 и 2. При этом учебные достижения обучающегося оцениваются путем накопления баллов по отдельным видам заданий от 0 до 100. Оценка работы обучающегося в академическом периоде осуществляется преподавателем в соответствии с графиком сдачи заданий по дисциплине. Система контроля может сочетать письменные и устные, групповые и индивидуальные формы.

Период	Вид задания	Количество баллов (max)	Итого
1-й рейтинг			0-100
2-й рейтинг			0-100
Итоговый контроль	экзамен		0-100

Итоговая оценка знаний обучающегося по дисциплине осуществляется по 100 балльной системе и включает:


- 40% результата, полученного на экзамене;
- 60% результатов текущей успеваемости.

Формула подсчета итоговой оценки:

$$I = 0,6 \frac{P_1 + P_2}{2} + 0,4Э \quad (1)$$


где, P1, P2 – цифровые эквиваленты оценок первого, второго рейтингов соответственно; Э – цифровой эквивалент оценки на экзамене.

Итоговая буквенная оценка и ее цифровой эквивалент в баллах:

 EKTU <small>1998</small>	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 10 из 11
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-И-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Балльно-рейтинговая буквенная система оценки учета учебных достижений, обучающихся с переводом их в традиционную шкалу оценок и ECTS (иситиэс)

Оценка по буквенной системе	Цифровой эквивалент	Баллы (%-ное содержание)	Оценка по традиционной системе	Критерий
A	4.0	95-100	Отлично	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.
A-	3.67	90-94		
B+	3.33	85-89	Хорошо	Теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
B	3.0	80-84		
B-	2.67	75-79		
C+	2.33	70-74		
C	2.0	65-69	Удовлетворительно	Теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки
C-	1.67	60-64		
D+	1.33	55-59		
D	1.0	50-54		
FX	0.5	25-49	Неудовлетворительно	Теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат
F	0	0-24		

 ЕКТУ <small>1998</small>	ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКИЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ им. Д. СЕРИКБАЕВА		Стр. 11 из 11
	Система менеджмента качества	И-НАО "ВКТУ" 026-П-2021 Разработка и оформление рабочей учебной программы (силлабус) в НАО «ВКТУ имени Д. Серикбаева»	

Оценка по буквенной системе	Цифровой эквивалент	Баллы (%-ное содержание)	Оценка по традиционной системе	Критерий
				грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий.

4 ПОЛИТИКА ДИСЦИПЛИНЫ

Обучающийся обязан:

Политика дисциплины определяется системой требований, которые преподаватель предъявляет к обучающимся при изучении дисциплины и может отражать следующие административные требования: 1) строго соблюдать правила академической честности: нет места плагиату, списываниям и иным формам обмана; 2) не опаздывать на занятия; 3) не пропускать занятия, в случае отсутствия по болезни, предоставить справку; 4) на занятия приходиться в деловой одежде; 5) активно участвовать в учебном процессе;

5 СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

5.1 Основная литература

1. Маркетинг в социальных сетях [Текст] : учебное пособие / Д. Халелов. - М. : [б. и.], 2013.
2. Маркетинговые исследования : учебник для магистров / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая ; Высш. шк. экономики, Нац. исследоват. ун-т. - М. : Юрайт, 2012. - 540 с. : табл. - (Магистр). - Библиогр.: с. 538-540.
3. Основы менеджмента и маркетинга : учебник / И. А. Леонтьева. - 2-е изд. - Астана : Фолиант, 2010. - 319 с. : ил. - (Профессиональное образование). - Библиогр.: с. 312.
4. Интеллектуальные ресурсы организации [Электронный ресурс] : электрон. учеб. пособие для студ. спец. 050507 "Менеджмент" / Е. А. Колос ; ВКГТУ им. Д. Серикбаева. - Усть-Каменогорск : ВКГТУ, 2009. - 163 с

5.2 Дополнительная литература

1. IPR SMART <http://www.iprbookshop.ru>
2. ScienceDirect - <http://www.sciencedirect.com>.
3. EBSCO Discovery Service (EDS) - <http://search.ebscohost.com>