

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА»
(РУТ (МИИТ))



Рабочая программа дисциплины (модуля),
как компонент образовательной программы
базового высшего образования
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
утвержденной первым проректором РУТ (МИИТ)
Тимониным В.С.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Реклама и связи с общественностью в социальных медиа

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в отрасли

Форма обучения: Очная

Рабочая программа дисциплины (модуля) в виде
электронного документа выгружена из единой
корпоративной информационной системы управления
университетом и соответствует оригиналу

Простая электронная подпись, выданная РУТ (МИИТ)
ID подписи: 72869
Подписал: заведующий кафедрой Данилина Мария
Геннадьевна
Дата: 08.06.2026

1. Общие сведения о дисциплине (модуле).

Целями освоения дисциплины "Реклама и связи с общественностью в социальных медиа" являются формирование знаний принципов функционирования рекламы в социальных сетях, развитие умений и навыков эффективного использования возможностей социальных сетей в профессиональной деятельности.

Задачи курса:

- формирование базовых знаний о специфике социальных сетей как нового типа рекламы и коммуникации;
- формирование основ практических умений организации работы с социальными сетями;
- формирование навыков самообразования и профессионального совершенствования в ходе изучения новых социальных сервисов и работы с ними

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).

Перечень формируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций) в результате обучения по дисциплине (модулю):

ОПК-1 - Способен создавать медиатексты и(или) медиапродукты, и(или) коммуникационные продукты, адаптируя их содержание, стиль и каналы распространения к специфике различных отраслей экономики, с соблюдением норм медиаграмотности, языка и особенностей знаковых систем.

Обучение по дисциплине (модулю) предполагает, что по его результатам обучающийся будет:

Уметь:

- настраивать рекламу;
- осуществлять регистрацию на сетевых сервисах;
- публиковать фото и видео материалы;
- создавать востребованные тексты и продукты, соответствующие нормам русского и иностранных языков;
- выбирать и использовать подходящие информационные технологии для решения профессиональных задач

Знать:

- особенности настраивания рекламы в интернете;
- историю формирования и развития социальных сетей;

- принципы функционирования социальных сетей;
- существующие социальные сети;
- принципы формирования и функционирования социальных сетей;
- принципы работы современных информационных технологий и их применения в медиасфере;
- особенности различных знаковых систем при создании медиатекстов и продуктов;
- основные тенденции развития общественных и государственных институтов

Владеть:

- навыками создания медиатекстов в социальных сетях;
- современными информационными технологиями и методами сбора и обработки информации для освещения тенденций в медиатекстах и продуктах;
- навыками редактирования и корректировки текстов и продуктов для достижения максимальной эффективности;
- навыками работы с различными программами и сервисами для создания и обработки медиатекстов и продуктов

3. Объем дисциплины (модуля).

3.1. Общая трудоемкость дисциплины (модуля).

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 5 з.е. (180 академических часа(ов)).

3.2. Объем дисциплины (модуля) в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Тип учебных занятий	Количество часов	
	Всего	Семестр №6
Контактная работа при проведении учебных занятий (всего):	48	48
В том числе:		
Занятия лекционного типа	16	16
Занятия семинарского типа	32	32

3.3. Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации

образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации составляет 132 академических часа (ов).

3.4. При обучении по индивидуальному учебному плану, в том числе при ускоренном обучении, объем дисциплины (модуля) может быть реализован полностью в форме самостоятельной работы обучающихся, а также в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении промежуточной аттестации.

4. Содержание дисциплины (модуля).

4.1. Занятия лекционного типа.

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
1	Введение в продвижение в социальных сетях Рассматриваемые вопросы: - Определение продвижения в социальных сетях - Преимущества продвижения в социальных сетях - Роль социальных сетей в маркетинге
2	Анализ целевой аудитории Рассматриваемые вопросы: - Определение целевой аудитории - Исследование поведения и интересов целевой аудитории в социальных сетях - Анализ конкурентов в социальных сетях
3	Стратегия продвижения в социальных сетях Рассматриваемые вопросы: - Определение целей и задач продвижения - Выбор социальных сетей для продвижения - Разработка контент-стратегии - Выбор методов продвижения
4	Создание контента для социальных сетей Рассматриваемые вопросы: - Типы контента для социальных сетей - Создание уникального контента - Оптимизация контента для социальных сетей - Использование визуального контента
5	Реклама в социальных сетях Рассматриваемые вопросы: - Виды рекламы в социальных сетях - Создание рекламных кампаний в социальных сетях - Оптимизация рекламных кампаний - Анализ результатов рекламных кампаний
6	Взаимодействие с аудиторией Рассматриваемые вопросы: - Ответы на комментарии и сообщения

№ п/п	Тематика лекционных занятий / краткое содержание
	<ul style="list-style-type: none"> - Организация конкурсов и акций - Создание сообщества в социальных сетях - Использование инфлюэнсеров
7	<p>Мониторинг и анализ продвижения в социальных сетях</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Оценка эффективности продвижения - Использование аналитических инструментов - Мониторинг репутации бренда в социальных сетях - Корректировка стратегии продвижения
8	<p>Оптимизация продвижения в социальных сетях</p> <p>Рассматриваемые вопросы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Анализ результатов продвижения - Оптимизация контента и рекламы - Использование новых методов продвижения - Анализ конкурентов и рынка

4.2. Занятия семинарского типа.

Практические занятия

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
1	<p>Анализ ЦА.</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент проводит исследование ЦА выбранного бренда</p>
2	<p>Создание стратегии продвижения</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент делает презентацию «на тему ТОП успешных стратегий продвижения»</p>
3	<p>Создание контента для социальных сетей</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент пишет 3 поста для компании известного бренда</p>
4	<p>Реклама в социальных сетях</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент пишет тест на знание рекламных кабинетов Яндекс и MyTarget</p>
5	<p>Взаимодействие с аудиторией</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент учится проводить пресс-конференции в игровой форме</p>
6	<p>Мониторинг и анализ продвижения в социальных сетях</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент изучает инструменты анализа соцсетей.</p>
7	<p>Оптимизация продвижения в социальных сетях</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент придумывает 10 эффективных способов оптимизации существующей рекламной кампании</p>
8	<p>Создание медиаплана для определенной фирмы</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент составляет медиаплан для выбранной фирмы</p>
9	<p>Создание личного бренда в социальных сетях</p> <p>В результате работы на практическом занятии студент создает уникальный контент и использует современные методы продвижения.</p>

№ п/п	Тематика практических занятий/краткое содержание
10	Правовые аспекты В результате работы на практическом занятии студент составляет рекламную кампанию, полностью нарушающую действующее рекламное законодательство
11	Роль социальных сетей в маркетинге В результате работы на практическом занятии студент изучает социальные сети в маркетинге
12	Оценка эффективности продвижения В результате работы на практическом занятии студент проводит оценку эффективности продвижения.

4.3. Самостоятельная работа обучающихся.

№ п/п	Вид самостоятельной работы
1	Подготовка к практическим занятиям.
2	Изучение дополнительной литературы.
3	Работа с лекционным материалом
4	Подготовка к промежуточной аттестации.
5	Подготовка к текущему контролю.

5. Перечень изданий, которые рекомендуется использовать при освоении дисциплины (модуля).

№ п/п	Библиографическое описание	Место доступа
1	Баранова, Е. А. Медиаменеджмент. Теория и практика : учебник для вузов / Е. А. Баранова. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18302-3. 2026	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/589469 (дата обращения: 03.06.2026). Текст : электронный
2	О. Н. Жильцова. Интернет-маркетинг : учебник для вузов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. 2023	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/510958 (дата обращения: 03.06.2026). Текст: электронный
3	О. Н. Жильцова. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. 2023	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520553 (дата обращения:

		03.06.2026). Текст: электронный
--	--	------------------------------------

6. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, которые могут использоваться при освоении дисциплины (модуля).

Официальный сайт РУТ (МИИТ) (<https://www.miit.ru/>).

Научно-техническая библиотека РУТ (МИИТ) (<http://library.miit.ru>).

Образовательная платформа «Юрайт» (<https://urait.ru/>).

Общие информационные, справочные и поисковые системы «Консультант Плюс» (<https://www.consultant.ru/>), «Гарант» (<https://www.garant.ru/>)

Электронно-библиотечная система издательства «Лань» (<http://e.lanbook.com/>).

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства, необходимого для освоения дисциплины (модуля).

Яндекс. Браузер

Операционная система Microsoft Windows

Microsoft Office.

8. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю).

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные компьютерной техникой и наборами демонстрационного оборудования.

9. Форма промежуточной аттестации:

Экзамен в 6 семестре.

10. Оценочные материалы.

Оценочные материалы, применяемые при проведении промежуточной аттестации, разрабатываются в соответствии с локальным нормативным актом РУТ (МИИТ).

Авторы:

доцент, доцент, к.н. кафедры
«Экономика и управление на
транспорте»

А.В. Стрельцов

Согласовано:

Заведующий кафедрой ЭУТ

М.Г. Данилина

Председатель учебно-методической
комиссии

М.В. Ишханян