

ПАСПОРТ ОНЛАЙН-КУРСА

Описание курса

Название ОК (дисциплины) по РПД	
Университетский курс: Эффективные коммуникации в социальных сетях для жизни и профессии	
Структурное подразделение - разработчик ОК	
Кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии	
Уровень подготовки (СПО, бакалавриат, специалитет, магистратура, аспирантура, ординатура, ДО, ДПО)	
Бакалавриат, специалитет	
Направления/специальности ВО, СПО, программ ДО, ДПО, на которые ориентирован ОК	
Все направления подготовки / специальности ВО	
Трудоемкость ОК в зачетных единицах/часах в соответствии с РПД (если какой-либо вид учебной работы не предусмотрен, ставится прочерк):	
Вид учебной работы	Количество зет/часов
Лекции	-
Практические занятия	36 (очная) / 18 (очно-заочная) / 8 (заочная)
Самостоятельная работа	36 (очная) / 54 (очно-заочная) / 64 (заочная)
Промежуточная аттестация(зачет/экзамен)	зачет
Итого:	72 часа

Информация об авторе/авторском коллективе (для каждого из авторов)

ФИО	Кремнева Наталья Юрьевна
Место работы (организация, структурное подразделение), должность	УлГУ, кафедра связей с общественностью, рекламы и культурологии, доцент
Ученая степень	к.с.н.
Ученое звание	-

Аннотация курса

О курсе
Данный онлайн-курс позволит студентам всех форм обучения освоить курс «Эффективные коммуникации в социальных сетях» в рамках блока университетских курсов: <ul style="list-style-type: none">- получить актуальные знания и навыки ведения личного и бизнес-аккаунта в социальных сетях с учетом специфики площадок и задач коммуникации;- освоить базовые инструменты контент-маркетинга, выработать навыки создания контента различных видов и основных форматов;- получить представление о подходах к повышению и оценке эффективности коммуникаций в социальных сетях.
Формат курса
Курс включает в себя видеолекции, презентации, текстовые материалы, тестовые задания и самостоятельную работу
Структура курса
РАЗДЕЛ 1. Эффективность коммуникаций в социальных сетях в рамках концепции контент-маркетинга
Тема 1. Коммуникации в социальных сетях: особенности, эффективность, управление

Тема 2. Контент-маркетинг как инструмент управления эффективностью коммуникаций в социальных сетях

Тема 3. Стратегия контент-маркетинга

РАЗДЕЛ 2. Инструменты создания контента в социальных сетях

Тема 4. Контент: виды и форматы

Тема 5. Визуальный стиль профиля в социальных сетях

Тема 6. Копирайтинг в социальных сетях

Тема 7. Игровой контент как средство вовлечения аудитории

Тема 8. Специфика контент-маркетинга в различных социальных сетях

Дополнительный инструментарий

-