

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:
Декан
В.В. Мацуга

Рабочая программа дисциплины

Комьюнити-менеджмент

по направлению подготовки / специальности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:
Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации

Форма обучения
Очная

Квалификация
Специалист по рекламе и связям с общественностью

Год приема
2025

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
И.В. Гужова

Председатель УМК
М.А. Подойница

Томск – 2025

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РОПК-3.1 Знает способы поиска, выбора эффективных каналов и средств для реализации стратегии продвижения в интернете

РОПК-3.2 Умеет разрабатывать стратегию продвижения в интернете

РОУК-5.1 Знает правила и нормы коммуникации на русском и иностранном языках, культурные нормы общения, разнообразные методы аргументации и убеждения в процессе коммуникации

2. Задачи освоения дисциплины

– Освоить принципы комьюнити-менеджмента как стратегии продвижения в интернете;

– Научиться применять механики и инструменты вовлечения аудитории интернет-сообществ.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, предлагается обучающимся на выбор. Дисциплина входит в модуль Продвижение в социальных медиа (SMM).

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Шестой семестр, зачет

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам и практикам: Иностранный язык, История России, Русский язык и культура речи, Профориентированный иностранный язык, Стилистика рекламных и PR-текстов, Генезис рекламы и PR: анализ интерпретаций (УК-5); Сетевые сообщества и субкультуры/Основы социальных медиа; Профессионально-ознакомительная практика; профессиональные треки (ПК-3).

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

-лекции: 8 ч.

-практические занятия: 24 ч.

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины, структурированное по темам

1 Формирование сообщества как SMM-стратегия

1.1.Цели и особенности комьюнити-менеджмента как SMM-стратегии.

1.2 Анализ ситуации для разработки комьюнити-стратегии

1.3. Этапы формирования сообщества: от удовлетворенности к лояльности и вовлеченности в ценности бренда. Жизненный цикл сообщества. Показатели эффективности на разных этапах развития сообщества.

1.4 Цели и ценность сообщества для его участников

2 Инструменты комьюнити-менеджмента в социальных сетях

2.1 Инструменты и механики вовлечения в социальных сетях

2.2 Онлайн-события для формирования комьюнити

2.3 Укрепление связей в онлайн-сообществе. Нетворкинг-сессии для сообществ

2.4 Работа с инфлюенсерами и амбассадорами

2.5 Принципы сбора и обработки обратной связи от аудитории. Системная работа с негативом.

2.6 Измерение вовлеченности подписчиков: метрики, сервисы

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения практических работ, выполнения домашних заданий, и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет в шестом семестре проводится в формате защиты итогового проекта.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» - <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

в) План практических занятий по дисциплине.

г) Презентации к лекциям по дисциплине (высылаются на почту группы)

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

1. Ковалева А. Ю. Лидеры мнений : как работать с инфлюенсерами: от письма-предложения до успешных коллабораций / Анна Ковалева ; [гл. ред. Р. Фасхутдинов ; отв. ред. Ю. Бушунова]. - Москва : Эксмо, 2023. - 198 с.

2. Фельдман М. Сила окружения : Network science для бизнеса и дружбы : Практическое пособие. - Москва : Альпина ПРО, 2022. - 184 с. URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=418095>

3. Сьюэлл К. Клиенты на всю жизнь / Карл Сьюэлл, Пол Браун ; пер. с англ. Михаила Иванова и Михаила Фербера. - 26-е изд.. - Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2022. - 214 с.: ил., табл. - (Белая серия. Классика бизнеса)

б) дополнительная литература:

1. Випперфюрт А. Вовлечение в бренд : как заставить покупателя работать на компанию / Алекс Випперфюрт ; [пер. с англ. А. Кириченко]. - Москва [и др.] : Коммерсантъ [и др.], 2007. - 383 с.

2. Грановеттер М. Сила слабых связей //Американский социологический журнал

Том 78, № 6 (май 1973 г.), стр. 1360-1380 (фундаментальная теория, встречается в переводе)

3. Резницкий Е., Сталь Д. Сила сообществ: как создавать живые комьюнити для бизнеса и не только, М., Эксмо, 2022.- 336 с.

4. Титов В. Комьюнити-менеджмент. Стратегия и тактика выращивания лояльных сообществ, М., АСТ, 2019, - 272 с.

в) ресурсы сети Интернет:

– сайт Ассоциации русскоязычных комьюнити-менеджеров (PKM) <https://rcommunity.ru/>

– сайт Евгения Резницкого, консультанта в области стратегического развития сообществ брендов, Лаборатория решений для бизнеса NAULAB <https://esreznitsky.com/>

– ТГ-канал Дарьи Сталь, руководителя комьюнити Gameram, сооснователя Ассоциации PKM <https://t.me/s/cmblog>

13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

– Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office OneNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);

– публично доступные облачные технологии (Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

– Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>

– Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>

– ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>

– ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>

– Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>

– ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>

– ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

в) платформы социальных медиа и видеохостингов:

– Вконтакте – российская социальная сеть [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com>

– Rutube – российский видеохостинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rutube.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для проведения занятий лекционного типа.

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой и доступом к сети Интернет, в электронную информационно-образовательную среду и к информационным справочным системам.

Аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа индивидуальных и групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в смешанном формате («Актру»).

15. Информация о разработчиках

Автор программы и преподаватель дисциплины: Гужова И.В., к. филос. н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.

Рецензент: Кужелева-Саган И.П., д. филос. наук, профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ.