

# **УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»**

Актуализированная версия  
утверждена на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

Утверждаю  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г

## **КОМПЛЕКТ РАБОЧИХ ПРОГРАММ**

### **УЧЕБНЫХ ПРЕДМЕТОВ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ «Продвижение бизнеса ВКонтакте»**

---

Наименование программы

**г. Москва 2025**

# УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»

Актуализированная версия  
утверждена на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

Утверждаю  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА «Продвижение бизнеса ВКонтакте»

---

*(наименование дисциплины (курса, учебного предмета) по учебному плану)*

Москва 2025

## **1. Цель изучения учебного предмета**

1. Целью освоения учебного предмета является развитие у обучающихся аналитических и творческих способностей, направленных на процесс развития личного бренда или бренда компании в ВКонтакте.

## **2. Планируемые результаты обучения по учебному предмету**

Знать	<ul style="list-style-type: none"><li>• Возможности и сервисы для монетизации ВКонтакте;</li><li>• Основные понятия “Таргетированная реклама” и “Ретаргетинг”</li></ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"><li>• Различными способами продвигать продукты/проекты в ВКонтакте;</li><li>• Разбираться в SMM-копирайтинге.</li></ul>
Владеть	<ul style="list-style-type: none"><li>• Навыком создания рекламных постов;</li><li>• Навыком запуска рекламы разного вида.</li></ul>

### 3. Содержание учебного предмета

#### 3.1. Распределение учебного времени, выделенного на контактную работу обучающихся с преподавателем, на самостоятельную работу обучающихся и учебные часы с использованием дистанционных образовательных технологий

Общая трудоемкость (объем) учебного предмета составляет 72 академических часа.

Продолжительность: 12 недель.

Недельная нагрузка: 6 часов в неделю.

Предварительный режим занятий: 3 дня в неделю по 2 часа.

№	Наименование тем учебного предмета	Общая трудоемкость, ч.	Всего, ч. Сумма	Контактная работа, ч			Учебные занятия с применением дистанционных технологий, ч	Самостоятельная работа, ч	Форма аттестации
				Лекции	Лабораторные работы	Практические и семинарские занятия			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Тема 1. Сервисы ВКонтакте	18	0	0	0	0	9	9	-
2	Тема 2. Реклама ВКонтакте	18	0	0	0	0	9	9	-
3	Тема 3. Основы продвижения ВКонтакте	18	0	0	0	0	9	9	-
4	Тема 4. SMM-копирайтинг	17	0	0	0	0	8	9	-
	Промежуточная аттестация	1	0	0	0	0	0	0	Зачет
	<b>Итого:</b>	<b>72</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>35</b>	<b>36</b>	<b>1</b>

### **3.2. Содержание тем учебного предмета**

#### **Тема 1. Сервисы ВКонтакте.**

- Знакомство с ВКонтакте. Экосистема ВКонтакте. Сообщества бизнеса ВКонтакте. Магазины ВКонтакте. Чат-боты. QR-коды.

#### **Тема 2. Реклама ВКонтакте.**

- Принципы рекламы ВКонтакте. Общая характеристика таргетинга. Форматы рекламы и технические требования. Ретаргетинг и его принципы.

#### **Тема 3. SMM – копирайтинг.**

- Что такое копирайтинг. Отличия копирайтера от других профессий. Эффективность текста. Микроисследования целевой аудитории. Типичные ошибки новичка. Проверка текста по чек-листу – редакция текста.

#### **Тема 4. Дизайн рекламных креативов.**

- Функционал рекламных креативов. Этапы работы под задачей. Референс и его виды. Как что-нибудь придумать. Креатив и эскизирование. Доработка креатива. Создание презентации.

#### 4. Учебно-методическое и информационное обеспечение (курса, учебного предмета)

№ п/п	Вид и наименование литературы
<b>Основная:</b>	
1.	Евстафьев, В. А. Креатив в рекламе : учебник : [16+] / В. А. Евстафьев, А. Л. Абаев, М. А. Тюков. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 390 с. : ил. – (Учебные издания для вузов). – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=709798">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=709798</a> (дата обращения: 10.02.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05790-8. – Текст : электронный.
2.	Цахаев, Р. К. Маркетинг : учебник / Р. К. Цахаев, Т. В. Муртузалиева. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 550 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684283">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=684283</a> (дата обращения: 15.02.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04350-5. – Текст : электронный.
3.	Маркетинг : практикум : [16+] / сост. О. Н. Котова, Л. А. Поликарпова, Е. А. Завьялова ; Кемеровский государственный университет. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2022. – 141 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=700669">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=700669</a> (дата обращения: 07.02.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8353-2891-8. – Текст : электронный.
<b>Дополнительная:</b>	
3.	Татарников, Е. А. Маркетинг : шпаргалка : учебное пособие : [16+] / Е. А. Татарников ; Научная книга. – 2-е изд. – Саратов : Научная книга, 2020. – 48 с.
4.	Шевченко, Д. А. Введение в коммуникативные специальности : журналистика, реклама и связи с общественностью : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 180 с.
<b>Информационное обеспечение</b>	
5.	Гарант <a href="http://www.garant.ru">http://www.garant.ru</a>
6.	Образовательная платформа <a href="https://lms.synergy.ru">lms.synergy.ru</a>
7.	ЭБС Юрайт <a href="https://urait.ru">urait.ru</a>

#### 5. Учебно-материальная база, необходимая для осуществления образовательного процесса по (курсу, учебному предмету)

Материально-техническое обеспечение учебного предмета включает в себя:

- персональный компьютер/мобильное устройство (обучающийся обеспечивает самостоятельно) с любой операционной системой, позволяющей использовать браузеры и подключаться к сети «Интернет»;
- стандартный пакет офисных программ (обучающийся обеспечивает самостоятельно, полный список возможно уточнить у куратора программы);
- обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета - [lms.synergy.ru](https://lms.synergy.ru);
- обеспечение доступа в электронную библиотеку [urait.ru](https://urait.ru).

#### 6. Методические рекомендации (указания, материалы) для

### **преподавателей и обучающихся**

В процессе освоения учебного предмета используются такие виды учебных занятий и работ как: учебные занятия с применением дистанционных технологий, самостоятельная работа.

#### **Методические указания для обучающихся при обучении в виде занятий с применением ДОТ**

В процессе занятий с ДОТ рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, выполнить самостоятельную работу.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанного занятия с применением ДОТ.

Занятия с применением ДОТ имеют логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Также в завершении занятия с применением ДОТ преподаватель знакомит обучающихся с литературой (основной, дополнительной), с практическими заданиями для самостоятельной работы и даёт рекомендации по их выполнению. Полученную информацию целесообразно кратко и лаконично записывать.

#### **Методические указания для преподавателей при проведении занятий с применением ДОТ**

Занятия с применением ДОТ (далее занятие) – систематическое, последовательное изложение преподавателем учебного материала, записанное на видеокамеру.

Содержание тем занятий должно соответствовать цели учебного предмета и способствовать достижению планируемых результатов обучения по нему.

Объяснение нового материала рекомендуется начать с актуализации ранее изученных обучающимися тем, а также раскрытия цели и задач занятия. Затем перейти к его основной части, в которой формируются планируемые результаты обучения (знания) по учебному предмету.

Завершается занятие выводами по изученной теме. В этой части необходимо подчеркнуть, что обучающийся узнал нового на основе учебных элементов занятия. Также преподавателю необходимо ознакомить обучающихся с литературой (основной, дополнительной), с практическими заданиями и дать рекомендации по их выполнению.

#### **Методические указания для обучающихся по выполнению самостоятельной работы**

По мере прослушивания занятий в видеозаписи, слушатель последовательно выполняет самостоятельную работу, в которую входят: изучение рекомендованной (обязательной и дополнительной) литературы, выполнение заданий.

Прежде чем приступить к выполнению самостоятельной работы, слушателю необходимо подготовить оформленные в процессе занятий записи конспектов.

В ходе выполнения самостоятельной работы необходимо следовать

рекомендациям, полученным от преподавателя в конце занятия, использовать материал занятий и конспекты, оформленные по ним, рекомендованную литературу.

### **Методические указания для преподавателей по организации самостоятельной работы**

Для организации самостоятельной работы обучающихся преподаватель задания, направленные на формирование и закрепление полученных знаний по учебному предмету. Задания с указаниями размещаются на платформе электронного обучения lms.synergy.ru.

#### **Перечень заданий для самостоятельной работы**

**Тема 1. Задание.** Выберите отрасль, например, сферу образования, и проведите анализ трех конкурирующих образовательных платформ. Определите их сильные и слабые стороны, целевую аудиторию, и покажите, какие аспекты могут быть использованы в разработке маркетинговых стратегий.

**Тема 2. Задание.** Разработайте Уникальное Торговое Предложение (УТП) для нового приложения "SmartHealth", предназначенного для отслеживания здоровья. Учтите особенности приложения, которые выделяют его на рынке, и напишите краткий текст (не более 200 слов), объясняющий, почему потребители должны выбрать "SmartHealth".

**Тема 3. Задание.** Создайте серию трех рекламных баннеров для продвижения новой коллекции одежды. Используйте яркие цвета, эффективные шрифты и визуальные элементы, чтобы привлечь внимание целевой аудитории. Удостоверьтесь, что каждый баннер передает уникальные черты коллекции и стимулирует к действию.

**Тема 4. Задание.** Разработайте стратегию продвижения продукта (например, фитнес-приложения) в социальных сетях. Определите основные платформы (Facebook, Instagram, Twitter), опишите контент-план, предложите конкретные методы взаимодействия с аудиторией (конкурсы, опросы) и определите ключевые метрики успеха.

#### **Критерии оценивания**

Оценка	Критерий оценивания:
5 (отлично)	Присутствуют и полностью раскрыты все пункты в рамках задания.
4 (хорошо)	Присутствуют все пункты в рамках задания, но раскрыты не в полной мере.
3 (удовлетворительно)	Присутствует половина пунктов в рамках задания.
2 (неудовлетворительно)	Отсутствует более половины пунктов в рамках задания.

### **7. Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по (курсу, учебному предмету)**

#### **7.1. Промежуточная аттестация**

**Форма проведения промежуточной аттестации** – зачет.

**Порядок проведения промежуточной аттестации:** проводится дистанционно, предполагает выполнение обучающимся одного

практического задания, направленного на оценку сформированности планируемых результатов обучения (умений и практического опыта). Обучающийся получает задания в личном кабинете, выполняет его самостоятельно и сдает результаты на проверку. По результатам проверки обучающемуся выставляется оценка.

**Практическое задание, выносимое на промежуточную аттестацию:**

**Продвижение стартапа "EcoGrocery"**

**1) Анализ конкурентов и ЦА:**

Выберите три конкурента в сфере продажи экологически чистых продуктов. Кратко опишите основные характеристики их товаров и ценовую политику. Определите возможные сегменты целевой аудитории для "EcoGrocery" на основе анализа конкурентов.

**2) Создание УТП:**

Сформулируйте простое и понятное Уникальное Торговое Предложение (УТП) для "EcoGrocery". Укажите основные преимущества покупки продуктов у "EcoGrocery" в сравнении с конкурентами. Обоснуйте, почему ваше УТП может привлечь внимание целевой аудитории.

**3) Дизайн креативов:**

Создайте два простых рекламных баннера для социальных сетей, представляющих ассортимент "EcoGrocery". Используйте яркие и естественные цвета, а также простой, читаемый шрифт. Визуализируйте основные категории продуктов и выделите их преимущества.

**4) Способы продвижения в социальных сетях:**

Разработайте простую стратегию продвижения "EcoGrocery" в социальных сетях. Определите несколько ключевых тем для контент-плана, например, "Продукт недели" или "Советы по заботе о здоровье". Предложите способы взаимодействия с подписчиками, такие как опросы или приглашение к обсуждению. Укажите несколько простых метрик успеха, таких как увеличение подписчиков или вовлеченность аудитории.

Промежуточная аттестация проводится дистанционно. Ко времени на начала зачета обучающийся получает документ с перечнем заданий. Срок выполнения - 1 час. До окончания обозначенного времени обучающемуся необходимо отправить документ с выполненным заданием на почту куратору, который осуществляет проверку.

**Критерии оценивания промежуточной аттестации**

Оценка	Критерий оценивания:
5 (отлично)	Присутствуют и полностью раскрыты все 4 пункта в рамках задания.
4 (хорошо)	Присутствуют все 4 пункта в рамках задания, но раскрыты не в полной мере.
3 (удовлетворительно)	Присутствует 2 пункта в рамках задания.
2 (неудовлетворительно)	Отсутствие более 2 пунктов в рамках задания.