

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

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 |
| | Итого: | 72 | 0 | 0 | 0 | 0 | 35 | 36 | 1 |

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 – редактура 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 |
|-----------------------------------|--|
| Основная: | |
| 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: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=709798 (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: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684283 (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: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700669 (дата обращения: 07.02.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8353-2891-8. – Текст : электронный. |
| Дополнительная: | |
| 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. |
| Информационное обеспечение | |
| 5. | Гарант http://www.garant.ru |
| 6. | Образовательная платформа lms.synergy.ru |
| 7. | ЭБС Юрайт urait.ru |

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;
- обеспечение доступа в электронную библиотеку 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. |