

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Максимов Алексей Борисович

Должность: директор департамента по образовательной политике

Дата подписания: 06.07.2026 12:39:03

Уникальный программный идентификатор

8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования**

**«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Факультет информационных технологий**

**УТВЕРЖДАЮ**

**Декан факультета**

**«Информационных технологий»**



 / Д.Г. Демидов /

« 26 » февраля 2026 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«SMM-технологии»**

Направление подготовки/специальность

**09.03.02 «Информационные системы и технологии»**

Профиль/специализация

**«Информационные технологии в креативных индустриях»**

Квалификация

**Бакалавр**

Форма обучения

**Очная**

**Москва 2026 г.**

**Разработчик(и):**

Преподаватель



/К.М.Кононенко/

**Согласовано:**

Заведующий кафедрой  
«Информатика и информационные  
технологии», к.т.н.



/Е.В.Булатников/

## Содержание

|                                                                                        |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине .....                   | 4  |
| 2 Место дисциплины в структуре образовательной программы .....                         | 5  |
| 3 Структура и содержание дисциплины.....                                               | 6  |
| 3.1 Виды учебной работы и трудоемкость (по формам обучения) .....                      | 6  |
| 3.2 Тематический план изучения дисциплины (по формам обучения) .....                   | 6  |
| 3.3 Содержание дисциплины .....                                                        | 7  |
| 3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий .....                     | 8  |
| 3.5 Тематика курсовых проектов/работ .....                                             | 8  |
| 4 Учебно-методическое и информационное обеспечение .....                               | 9  |
| 4.1. Нормативные документы и ГОСТы.....                                                | 9  |
| 4.2. Основная литература .....                                                         | 9  |
| 4.3. Дополнительная литература .....                                                   | 9  |
| 4.4. Электронные образовательные ресурсы.....                                          | 9  |
| 4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение....              | 9  |
| 4.6. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы..... | 9  |
| 5 Материально-техническое обеспечение .....                                            | 10 |
| 6 Методические рекомендации .....                                                      | 10 |
| 6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения .              | 10 |
| 6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....                 | 10 |
| 7 Фонд оценочных средств .....                                                         | 11 |
| 7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения.....                             | 11 |
| 7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения.....                              | 11 |
| 7.3 Оценочные средства .....                                                           | 12 |

## **1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине**

Рабочая программа дисциплины «SMM-технологии» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования и предназначена для студентов, обучающихся по направлению 09.03.02 «Информационные системы и технологии». Программа включает в себя тематический план, содержание дисциплины, методические рекомендации по изучению тем, а также перечень вопросов для самоконтроля и список рекомендуемой литературы.

Цель курса: формирование у студентов системы знаний и навыков в области SMM-технологий, необходимых для профессиональной деятельности в сфере информационных технологий.

Задачи курса:

- изучение теоретических основ SMM-маркетинга;
- освоение практических навыков работы с инструментами SMM;
- формирование умения разрабатывать стратегию продвижения в социальных сетях;
- развитие навыков анализа эффективности SMM-проектов.

Обучение по дисциплине «SMM-технологии» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

| <b>Код и наименование компетенций</b>                                                                                                                                                                            | <b>Индикаторы достижения компетенций</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач                                                                             | ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие информацию, требуемую для решения поставленной задачи<br>ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи<br>ИУК-1.3. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их достоинства и недостатки |
| ОПК-2. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественного производства, и использовать их при решении задач профессиональной деятельности | ИОПК-2.1. знает современные информационные технологии и программные средства, основные виды и принципы работы информационных систем и информационных технологий; способы внедрения и интеграции современных информационных систем, способы оценки необходимости использования программных средств<br>ИОПК-2.2. умеет использовать современные информационные                                                                                |

|                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                          | <p>технологии и программные средства, как в рамках отдельного предприятия, так и в рамках корпораций, государственных систем; внедрять и настраивать современные информационные системы, проводить интеграцию различных информационных систем и программных средств, оценивать необходимость использования программного средства для решения задач</p> <p>ИОПК-2.3. владеет навыками применения современных информационных технологий и программных средств, при решении задач в различных отраслях, внедрения и настройки современных информационных систем, оценки необходимости использования программных средств и информационных систем для решения задач</p> |
| ОПК-6. Способен разрабатывать алгоритмы и программы, пригодные для практического применения в области информационных систем и технологий | <p>ИОПК-6.1. знает основные языки программирования и работы с базами данных, операционные системы и оболочки, современные программные среды разработки информационных систем и технологий</p> <p>ИОПК-6.2. умеет применять языки программирования и работы с базами данных, современные программные среды разработки информационных систем и технологий для автоматизации бизнес-процессов, решения прикладных задач различных классов, ведения баз данных и информационных хранилищ</p> <p>ИОПК-6.3. имеет навыки программирования, отладки и тестирования прототипов программно-технических комплексов задач</p>                                                 |

## 2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, базового блока Б1.

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОПОП:

- Управление программными проектами;
- Основы технологического предпринимательства;
- Инструменты визуализации данных;
- Системы управления разработкой программного обеспечения;
- Производственная практика (проектно-технологическая);

- Производственная практика (преддипломная);
- Выполнение и защита выпускной квалификационной работы.

### 3 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, т.е. 108 академических часов (из них 48 часов – аудиторные занятия и 60 часов – самостоятельная работа студентов).

Разделы дисциплины изучаются на 4 курсе в 8 семестре, форма промежуточной аттестации – зачет.

#### 3.1 Виды учебной работы и трудоемкость (по формам обучения)

##### 3.1.1 Очная форма обучения

| №<br>п/п | Вид учебной работы               | Количество<br>часов | Семестр    |
|----------|----------------------------------|---------------------|------------|
|          |                                  |                     | 8          |
| <b>1</b> | <b>Аудиторные занятия</b>        | <b>48</b>           | <b>48</b>  |
|          | В том числе:                     |                     |            |
| 1.1      | Лекции                           | 16                  | 16         |
| 1.2      | Семинарские/практические занятия |                     |            |
| 1.3      | Лабораторные занятия             | 32                  | 32         |
| <b>2</b> | <b>Самостоятельная работа</b>    | <b>60</b>           | <b>60</b>  |
| <b>3</b> | <b>Промежуточная аттестация</b>  |                     |            |
|          | Зачет/диф.зачет/экзамен          | зачет               | зачет      |
|          | Итого:                           | <b>108</b>          | <b>108</b> |

#### 3.2 Тематический план изучения дисциплины (по формам обучения)

##### 3.2.1 Очная форма обучения

| №<br>п/п | Разделы/ темы<br>дисциплины                    | Трудоемкость, час |                   |                                                 |                                 |                                    |                                   |
|----------|------------------------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|
|          |                                                | Всего             | Аудиторная работа |                                                 |                                 |                                    | Самос<br>тоятель<br>ная<br>работа |
|          |                                                |                   | Лек<br>ции        | Семинар<br>ские/<br>практи<br>ческие<br>занятия | Лабо<br>рато<br>рные<br>занятия | Практи<br>ческая<br>подгото<br>вка |                                   |
| 1        | Раздел 1. Введение в SMM-технологии.           | 24                |                   |                                                 |                                 |                                    |                                   |
| 1.1      | Тема 1. Основы маркетинга в социальных сетях.  |                   | 2                 |                                                 | 4                               |                                    | 6                                 |
| 1.2      | Тема 2. Работа с социальными медиаплатформами. |                   | 2                 |                                                 | 4                               |                                    | 6                                 |
| 2        | Раздел 2. Использование                        | 56                |                   |                                                 |                                 |                                    |                                   |

|     |                                                                                   |            |           |  |           |  |           |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|--|-----------|--|-----------|
|     | аналитики для оптимизации SMM-стратегий.                                          |            |           |  |           |  |           |
| 2.1 | Тема 1. Использование аналитических методов и средств для SMM-проектов.           |            | 2         |  | 4         |  | 8         |
| 2.2 | Тема 2. Интеграция SMM с другими маркетинговыми каналами.                         |            | 2         |  | 4         |  | 8         |
| 2.3 | Тема 3. Методы и средства для разработки и реализации SMM-стратегии.              |            | 2         |  | 4         |  | 8         |
| 2.4 | Тема 4. Управление SMM-проектами и командами с помощью информационных технологий. |            | 2         |  | 4         |  | 8         |
| 3   | Раздел 3. Оценка эффективности SMM-деятельности.                                  | 28         |           |  |           |  |           |
| 3.1 | Тема 1. Digital-средства для подготовки отчетов.                                  |            | 2         |  | 4         |  | 8         |
| 3.2 | Тема 2. Перспективы развития SMM-технологий.                                      |            | 2         |  | 4         |  | 8         |
|     | <b>Итого:</b>                                                                     | <b>108</b> | <b>16</b> |  | <b>32</b> |  | <b>60</b> |

### 3.3 Содержание дисциплины

#### Раздел 1. Введение в SMM-технологии.

Тема 1. Основы маркетинга в социальных сетях. Создание и продвижение контента для SMM. Анализ эффективности SMM-кампаний. Планирование SMM-проектов.

Тема 2. Работа с социальными медиаплатформами. Создание и управление сообществами в социальных сетях.

#### Раздел 2. Использование аналитики для оптимизации SMM-стратегий.

Тема 1. Использование аналитических методов и средств для SMM-проектов. Управление репутацией в социальных сетях. Копирайтинг и создание рекламных материалов для SMM.

Тема 2. Интеграция SMM с другими маркетинговыми каналами. Исследование целевой аудитории и конкурентов в социальных сетях.

Тема 3. Методы и средства для разработки и реализации SMM-стратегии.

Тема 4. Управление SMM-проектами и командами с помощью информационных технологий.

### **Раздел 3. Оценка эффективности SMM-деятельности.**

Тема 1. Digital-средства для подготовки отчетов. Визуальные средства представления статистических данных.

Тема 2. Перспективы развития SMM-технологий. SMM-инструменты на базе искусственного интеллекта.

### **3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий**

#### **3.4.1 Лабораторные занятия**

1. *Лабораторная работа №1 «Создание и продвижение сообществ в социальных сетях».* В рамках этой лабораторной работы студенты будут создавать проект продвижения сообщества в социальной сети с помощью различных методов SMM. Они также будут анализировать эффективность своих действий и вносить необходимые коррективы.

2. *Лабораторная работа №2 «Создание и оптимизация контента для SMM».* Студенты научатся создавать контент для социальных сетей, а также оптимизировать его для различных платформ. Они будут изучать методы привлечения внимания аудитории и увеличения вовлеченности пользователей.

3. *Лабораторная работа №3 «Интеграция SMM с другими маркетинговыми каналами».* Студенты изучат, как использовать SMM в сочетании с другими маркетинговыми инструментами, такими как email-маркетинг или контекстная реклама. Они разработают стратегии для интеграции SMM с другими каналами и оценят их эффективность.

4. *Лабораторная работа №4 «Оценка эффективности SMM».* Студенты научатся анализировать результаты SMM-кампании и оценивать ее эффективность. Они будут использовать различные инструменты аналитики, такие как Google Analytics или Яндекс.

5. *Лабораторная работа №5 «Разработка методов для реализации таргетированной рекламы».* Студенты научатся программировать простые функции для изменения контента на web-странице в зависимости от предпочтений пользователя. Студенты научатся использовать API социальных сетей для создания таргетированных рекламных кампаний. Изучат методы для сбора данных о пользователях, такие как возраст, пол, интересы и местоположение, чтобы создать персонализированную рекламу.

6. *Лабораторная работа №6 «Визуализация статистических данных».* В данной лабораторной работе студенты научатся использовать различное ПО для отрисовки графиков и схем. Научатся представлять анализируемые в процессе SMM-кампании данные в визуально-понятной форме.

### **3.5 Тематика курсовых проектов/работ**

Курсовые проекты (работы) не предусмотрены.

## **4 Учебно-методическое и информационное обеспечение**

### **4.1. Нормативные документы и ГОСТы**

1. Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);

2. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 09.03.02 Информационные системы и технологии, утвержденный Приказом Министерства образования и науки РФ от 19 сентября 2017 г. № 929 "Об утверждении федерального... Редакция с изменениями № 1456 от 26.11.2020;

3. Приказ Министерства образования и науки РФ от 05 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры.

### **4.2. Основная литература**

1. SMM и SEO-технологии : учебное пособие / Ю. П. Беленькая, А. Ю. Бережнов, А. С. Новикова, П. И. Срыбная. — Ставрополь: СКФУ, 2017. — 62 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/155537> — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Точилкина, Т. Е. Хранилища данных и средства бизнес-аналитики : учебное пособие / Т. Е. Точилкина, А. А. Громова. — Москва : Финансовый университет, 2017. — 161 с. — ISBN 978-5-7942-1387-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/208367> — Режим доступа: для авториз. пользователей.

### **4.3. Дополнительная литература**

1. Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум. Кеннеди Дэн, Уэлш-Филлипс Ким. Издательство Альпина Паблишер 2019 г., мягкая обложка, 344 страницы.

### **4.4. Электронные образовательные ресурсы**

ЭОР разрабатывается.

### **4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение**

1. Текстовый редактор;
2. Web-браузер.

### **4.6. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. ОП "Юрайт" <https://urait.ru/>
2. IPR Smart <https://www.iprbookshop.ru/>
3. ЭБС "Лань" <https://e.lanbook.com/>

## **5 Материально-техническое обеспечение**

Лабораторные работы и самостоятельная работа студентов должны проводиться в специализированной аудитории, оснащенной современной оргтехникoй и персональными компьютерами с программным обеспечением в соответствии с тематикой изучаемого материала. Число рабочих мест в аудитории должно быть достаточным для обеспечения индивидуальной работы студентов. Рабочее место преподавателя должно быть оснащено современным компьютером с подключенным к нему проектором на настенный экран, или иным аналогичным по функциональному назначению оборудованием. Компьютеры в аудитории должны быть подключены к сети Интернет.

## **6 Методические рекомендации**

### **6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения**

1. При подготовке к занятиям следует предварительно проработать материал занятия, предусмотрев его подачу точно в отведенное для этого время занятия. Следует подготовить необходимые материалы – теоретические сведения, задачи и др. При проведении занятия следует контролировать подачу материала и решение заданий с учетом учебного времени, отведенного для занятия.

2. При проверке работ и отчетов следует учитывать не только правильность выполнения заданий, но и оптимальность выбранных методов решения, правильность выполнения всех его шагов.

### **6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

В процессе самостоятельной работы студенты закрепляют и углубляют знания, полученные во время аудиторных занятий, дорабатывают конспекты и записи, готовятся к промежуточной аттестации, а также самостоятельно изучают отдельные темы учебной программы.

На занятиях студентов, в том числе предполагающих практическую деятельность, осуществляется закрепление полученных, в том числе и в процессе самостоятельной работы, знаний. Особое внимание обращается на развитие умений и навыков установления связи положений теории с профессиональной деятельностью будущего специалиста.

Самостоятельная работа осуществляется индивидуально. Контроль самостоятельной работы организуется в двух формах:

- самоконтроль и самооценка студента;
- контроль со стороны преподавателей (текущий и промежуточный).

Текущий контроль осуществляется на аудиторных занятиях, промежуточный контроль осуществляется на зачете в письменной (устной) форме.

Критериями оценки результатов самостоятельной работы студента являются:

- уровень освоения студентом учебного материала;

- умения студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- сформированность компетенций;
- срок выполнения задания;
- оформление материала в соответствии с требованиями.

## **7 Фонд оценочных средств**

### **7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения**

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций:

- Выполнение лабораторных работ
- Итоговое тестирование

Лабораторные работы сдаются на занятиях преподавателю. Преподаватель оценивает правильность выполненных заданий лабораторной работы, верность ответов на контрольные вопросы, при выставлении оценки учитывает рациональность предложенного решения задачи.

### **7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения**

Итоговая оценка по дисциплине рассчитывается как среднее взвешенное всех оценок, полученных студентом, с применением весовых коэффициентов, представленных ниже:

- Лабораторные работы → 0,75
- Промежуточные тестирования (вопросы по теории по пройденным темам) → 0,05
- Итоговое тестирование → 0,2

Оценка за каждую лабораторную работу выставляется исходя из фактического выполнения всех поставленных задач с учётом сроков исполнения: за каждую 1 неделю просрочки задания из оценки вычитается 10 баллов.

Каждая лабораторная работа оценивается в 100 баллов.

Промежуточное тестирование считается пройденными при результате более 55% верных решений.

Для получения зачета студенту необходимо набрать минимально 55 баллов по дисциплине, защитить все лабораторные работы, пройти все промежуточные тестирования на положительную оценку и завершить итоговый тест с результатом не менее 55%.

Итоговое тестирование выполняется в аудитории под контролем преподавателя. Тестирование может быть представлено в виде онлайн-тестов или раздаточных бумажных материалов.

## **7.3 Оценочные средства**

### **7.3.1 Пример вопросов к зачету**

1. Что такое SMM?
2. Какие инструменты используются для создания и оптимизации контента для SMM?
3. Как интегрировать SMM с другими маркетинговыми каналами?
4. Какие существуют методы оценки эффективности SMM?
5. Перечислите ИТ-инструменты для аналитики SMM.
6. Перечислите ИТ-инструменты для управления репутацией в социальных сетях.
7. Перечислите основные платформы, используемые SMM, для создания и размещения контента.