

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ  
«ТЮМЕНСКИЙ ТЕХНИКУМ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ, КОММЕРЦИИ И СЕРВИСА»  
МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР КОМПЕТЕНЦИЙ В ОБЛАСТИ ИСКУССТВА,  
ДИЗАЙНА И СФЕРЫ УСЛУГ

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

**ОП.13 ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОЕКТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

по специальности 54.02.02 Декоративно-прикладное искусство и  
народные промыслы (по видам)

Тюмень 2025

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с учебным планом (с целью реализации ИОТ).

Разработчик: И.В. Нагорнова, преподаватель высшей квалификационной категории

Одобрено  
на заседании ПЦК ЭУиК  
Протокол № 3 от 30.10.2025г.

Председатель ПЦК

 И.В. Нагорнова  
подпись

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1.	ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
2.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	5
3.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	9

## 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1. Область применения рабочей программы:

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.13 Продвижение проектов в социальных сетях является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 54.02.02 Декоративно-прикладное искусство и народные промыслы (по видам).

### 1.2. Цель и планируемые результаты освоения учебной дисциплины:

<i>Умения</i>	<i>Знания</i>
У-1 использовать компьютерную технику в рекламной деятельности; У-2 пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графической рекламной информации при проведении презентационных мероприятий; У-3 оцифровывать текстовую и графическую информацию; У-4 составлять контекстно-медийного план продвижения; У-5 размещать контекстно-медийных и рекламных объявлений в социальных сетях У-6 осуществлять подбор площадок в социальных медиа У-7 разрабатывать стратегию поискового продвижения У-8 разрабатывать и реализовать стратегию проведения медийной и контекстно-медийной кампании У-9 проводить продвижение проектов в социальных медиа	3-1 основы компьютерной грамотности 3-2 правила реферирования и аннотирования текстов 3-3 функционирование современных социальных медиа 3-4 аудитория различных социальных медиа 3-5 методы оценки соответствия аудитории площадки в социальных медиа и целевой аудитории

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### 2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы	36
Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем	36
в том числе:	
теоретическое обучение	10
лабораторные занятия	-
практические занятия	26
курсовая работа (проект)	-
самостоятельная работа (индивидуальный проект)	-
Промежуточная аттестация проводится в форме: зачет	

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся		Объем часов	
1	2		3	4
Раздел 1 Продвижение проектов в социальных сетях			36	
Тема 1. Социальные сети	Содержание учебного материала		2	
	1.	Социальные сети и их характеристики		
	2.	Выбор и обоснование социальных сетей для работы с целевой аудиторией		
	3.	Технические требования для размещения информации в социальных сетях		
	Практические занятия:		6	
	1.	Практические занятия № 1. Поиск и обоснование примеров ведения аккаунтов в социальных сетях	2	
	2.	Практические занятия № 2. Создание примеров ведения аккаунтов в социальных сетях	4	
Тема 2. Разработка стратегии продвижения проекта	Содержание учебного материала		2	
	1.	Понятие стратегии и ее составных элементов		
	2.	Концепция продвижения		
	3.	Формулирование целей и задач. Декомпозиция целей		
	4.	SMART – технология постановки целей		
	Практические занятия:		4	
	1.	Практические занятия № 3. Формулирование стратегии продвижения	2	
	2.	Практические занятия № 4. Целеполагание реализации стратегии продвижения в социальных сетях	2	
Тема 3. Разработка контент-плана продвижения в социальных сетях	Содержание учебного материала		2	
	1.	Способы и инструменты реализации стратегии		
	2.	Контент-план		
	3.	Рубрикатор		
	4.	Тематика постов. Тип контента		
	Практические занятия:		4	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся		Объем часов	
1	2		3	4
	1.	<b>Практические занятия № 5.</b> Составление рубрикатора и тем постов	2	
	2.	<b>Практические занятия № 6</b> Составление контент-плана	2	
Тема 4. Блоггинг	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>	
	1.	Суть блоггинга		
	2.	Алгоритмы блоггинга		
	<b>Практические занятия:</b>		<b>4</b>	
	1.	<b>Практические занятия № 7.</b> Отработка использования инструментария современных социальных медиа	4	
Тема 5. Рассылки	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>2</b>	
	1.	Рассылки: понятие		
	2.	Виды рассылок		
	3.	Структура рассылок		
	4.	Специальные предложения		
	5.	Креативы для рассылок		
	<b>Практические занятия:</b>		<b>6</b>	
	1.	<b>Практические занятия № 8.</b> Создание триггерной, служебной и информационной рассылки	4	
Тема 6. Лендинг	3.	<b>Практические занятия № 9.</b> Создание продающего письма	2	
	<b>Содержание учебного материала</b>		<b>-</b>	
	1.	Лендинг и его функции		
	2.	Структура лендинга		
	3.	Конверсионные элементы		
	<b>Практические занятия:</b>		<b>2</b>	
Итого	1.	<b>Практические занятия № 10.</b> Создание прототипа лендинга	2	
			<b>36</b>	

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

3.1. Для реализации рабочей программы учебной дисциплины должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Реализация программы учебной дисциплины предполагает наличие кабинета социально-экономических дисциплин, оснащенного столом преподавателя – 1 шт.; стулом преподавателя – 1 шт.; столами компьютерными – 13 шт.; креслами компьютерными – 13 шт.; столами ученическими – 12 шт.; стульями ученическими – 25 шт.; доской меловой – 1 шт.; доской интерактивной – 1 шт.; проектором – 1 шт.; моноблоками – 13 шт.; МФУ – 1 шт.; шкафом для документов – 1 шт.; шкафом архивным – 1 шт.; огнетушителем -1 шт.

#### **Информационное обеспечение обучения**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе.

##### **3.2.1 Основные источники:**

1. Станкевич, Л. А. Интеллектуальные системы и технологии : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. А. Станкевич. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2025. - 478 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-20364-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566524> (дата обращения: 06.11.2025).с.

##### **3.2.2 Дополнительные источники**

1. Иванов, В. М. Интеллектуальные системы : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. М. Иванов ; под научной редакцией А. Н. Сесекина. - Москва : Издательство Юрайт, 2025. - 88 с. - (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-20852-8. - Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/558866> (дата обращения: 06.11.2025).

2. Евгеньев, А. Ценность ваших решений : как современные технологии и искусственный интеллект меняют наше будущее : научно-популярное издание / А. Евгеньев. - Москва : Альпина ПРО, 2024. - 456 с. - ISBN 978-5-206-00244-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2199730> (дата обращения: 06.11.2025). – Режим доступа: по подписке.



#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Контроль и оценка** результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий.

Результаты обучения	Критерии оценки	Формы и методы оценки
У-1 использовать компьютерную технику в рекламной деятельности; У-2 пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графической рекламной информации при проведении презентационных мероприятий; У-3 оцифровывать текстовую и графическую информацию; У-4 составлять контекстно-медийный план продвижения; У-5 размещать контекстно-медийных и рекламных объявлений в социальных сетях У-6 осуществлять подбор площадок в социальных медиа У-7 разрабатывать стратегию поискового продвижения У-8 разрабатывать и реализовать стратегию проведения медийной и контекстно-медийной кампании У-9 проводить продвижение проектов в социальных медиа	– Составляет контекстно-медийный план продвижения проекта; – Разрабатывает стратегию проведения медийной и контекстно-медийной кампании – Обрабатывает текстовую и графическую информации; – Использует программные средства и платформы для продвижения проекта	<b>Текущий контроль:</b> оценка результатов ответов, собеседования. Оценка выполнения тестового задания. <b>Промежуточная аттестация:</b> оценка выполнения задания на зачете.
3-1 основы компьютерной грамотности 3-2 правила реферирования и аннотирования текстов 3-3 функционирование современных социальных медиа 3-4 аудитория различных социальных медиа 3-5 методы оценки соответствия аудитории площадки в социальных медиа и целевой аудитории		<b>Текущий контроль:</b> оценка результатов ответов, собеседования. Оценка выполнения тестового задания. <b>Промежуточная аттестация:</b> оценка выполнения задания на зачете.