**Методические указания по подготовке к практическим работам:**

«Основные понятия. SMM-продвижение: история становления, основные тенденции, перспективы развития» - обучающиеся должны найти современные определения понятия «SMM-продвижение». Затем они рассматривают историю становления, основные тенденции и перспективы развития социальных сетей и SMM-продвижения.

«Типы коммуникаций и модели присутствия в социальных сетях. Классификации аудиторий в социальных сетях и основные принципы работы с ними» - обучающиеся должны найти современные подходы к определению типов коммуникаций и моделей интернет-присутствия в социальных сетях, а также охарактеризовать их. Также они должны найти различные классификации аудитории в социальных сетях и основные принципы работы с ними.

«Социальные сети: определение, классификации, виды, особенности использования как инструмента SMM-продвижения» - обучающиеся должны найти современные определения понятия «социальные сети», а также классификации, виды. Затем формулируют особенности использования социальных сетей как инструмента SMM-продвижения.

«Социальные сети «Вконтакте» и «Одноклассники»: возможности и особенности использования» - обучающиеся формулируют возможности и особенности использования данных социальных сетей в SMM-продвижении.

«Социальные сети «Youtube» и «Google+»: возможности и особенности использования» - обучающиеся формулируют возможности и особенности использования данных социальных сетей в SMM-продвижении.

«Социальные сети «Facebook», «WhatsApp», «Instagram»: возможности и особенности использования» - обучающиеся формулируют возможности и особенности использования данных социальных сетей в SMM-продвижении.

«Социальные сети «ЖЖ», «Twitter» и другие: возможности и особенности использования» - обучающиеся формулируют возможности и особенности использования данных социальных сетей в SMM-продвижении.

«Оценка эффективности SMM-продвижения» - обучающиеся должны найти современные подходы к оценке эффективности SMM-продвижения и использованию KPI. Затем рассмотреть возможности использования различных сервисов при оценке SMM-продвижения.