МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ И ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «SMM ПРОДВИЖЕНИЕ»

Важный инструмент овладения знаниями и умениями – подготовка контрольных работ.

Контрольные работы – одна из основных форм межсессионных заданий для студентов-заочников.

Письменные работы выполняются по специальной тематике контрольных работ, составленной кафедрой «Связи с общественностью» на основе учебной программы курса «SMM продвижения».

Согласно учебному плану студент-заочник обязан выполнить одну контрольную работу за семестр. Номер контрольной работы должен соответствовать последней цифре номера зачетной книжки студента.

Контрольная работа должна состоять из введения, основной части и заключения. Во введении следует дать обоснование важности и актуальности избранной темы, сформулировать задачи работы. При раскрытии основных вопросов необходимо обеспечить их полное соответствие формулировкам плана. Каждый раздел основной части должен завершаться краткими выводами. Заключение контрольной работы не должно содержать новых фактических данных. В нем резюмируется содержание работы, делаются четкие выводы по всей теме.

Заключительный этап – оформление. На титульном листе контрольной работы указывается специальность, номер группы, фамилия, имя и отчество студента и тема работы. На второй странице должно быть представлено содержание, в котором формулируются названия частей или глав работы и параграфы с указанием страниц. Введение, заключение, список литературы и приложение (если оно предусмотрено) в содержании не нумеруются. Главы и параграфы нумеруются. Контрольная работа должна быть написана грамотно, четко, разборчиво (предпочтительно отпечатана на компьютере или пишущей машинке), с выделением абзацев, страницы – пронумерованы по центру внизу. Ширина полей контрольной работы – по два сантиметра. Объем контрольной работы – 20-24 страницы ученической тетради или 12-15 печатных страниц. В конце работы нужно указать список литературы (в алфавитном порядке), использованной студентом для написания контрольной, при этом следует использовать преимущественно литературу последних лет издания, не менее трех наименований. Необходимо использовать Times New Roman, 14 шрифт (кегль), полуторный интервал (интервал перед и после 0 пт), равнение по ширине.

Тематика контрольных работ:

1. Место и роль SMM-продвижения в коммуникационной деятельности российских компаний.
2. Специфика SMM-продвижения в России.
3. Развитие мобильного Интернета.
4. Виджеты для мобильных устройств.
5. Философия социальных сетей.
6. Современные подходы в изучении феномена «социальных сетей».
7. Блогосфера России и Ростовской области: сравнительный анализ.
8. Основные отличия и сходные черты российских и зарубежных социальных сетей.
9. Законодательство Российской Федерации в области Интернета.
10. Интеграция сайтов с социальными сетями.
11. Инструменты продвижения в социальных сетях.
12. Социальная сеть «Вконтакте»: история развития, возможности и особенности использования.
13. Социальная сеть «Одноклассники»: история развития, возможности и особенности использования.
14. Социальная сеть «Facebook»: история развития, возможности и особенности использования.
15. Социальная сеть «Youtube»: история развития, возможности и особенности использования.
16. Социальная сеть «Instagram»: история развития, возможности и особенности использования.
17. Социальная сеть «Google+»: история развития, возможности и особенности использования.
18. Социальная сеть «ЖЖ»: история развития, возможности и особенности использования.
19. Социальная сеть «Twitter»: история развития, возможности и особенности использования.
20. Социальная сеть «TikTok»: история развития, возможности и особенности использования.
21. Медиапланирование в социальных сетях.
22. Игры в социальных сетях.
23. Основные понятия вирусного маркетинга.
24. Использование KPI в SMM-продвижении.
25. Использование параметров медиапланирования в SMM-продвижении.
26. Возможности использования сервисов «Яндекс» и «Google» при оценке эффективности SMM-продвижения.

Пример оформления титульного листа и листа с содержанием:

Титульный лист:

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра «Связи с общественностью»

# КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

По дисциплине «Бренд в коммерческой сфере»

Тема: «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

Специальность: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ «\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_»

шифр название

выполнил: Ф.И.О. студента, № гр.\_\_

проверил: Ф.И.О. преподавателя

Ростов-на-Дону

20\_\_ г.

Второй лист контрольной работы:

Содержание

Введение 2

Часть I. Название главы 5

1.1. Название параграфа 6

1.2. Название параграфа 9

Часть II. Название главы 11

2.1 Название параграфа 10

2.2. Название параграфа 19

Заключение 21

Список литературы 22

Приложение 23

При выполнении всех требований, предъявляемых к контрольной работе, студент получает положительную рецензию.

Все замечания, указанные в рецензии, необходимо учесть, то есть внести дополнения и изменения к основному тексту на дополнительных листах. На зачете или экзамене студент представляет экзаменатору свою контрольную работу, рецензию и текст дополнений.

Если контрольная работа не соответствует изложенным выше требованиям, то она не засчитывается. Студент обязан переработать ее полностью или отдельные разделы в соответствии с полученными замечаниями. Сроки представление контрольной работы при этом не изменяются.

По темам контрольных заданий для проверки выполнения студентами указаний, сделанных преподавателем в их рецензиях и для методической помощи студентам, проводятся собеседования в сроки, установленные деканатом. Результаты собеседований засчитываются преподавателем при выставлении зачетов по итогам работы студентов в период зачетно-экзаменационной сессии.

Студенты, получившие зачет за выполненную контрольную работу, допускаются к сдаче зачета по дисциплине «Бренд в коммерческой сфере».