

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Исаев Игорь Магомедович

Должность: Проректор по учебной работе

Дата подписания: 22.09.2023 11:18:47

Уникальный идентификатор документа:

d7a26b9e8ca85e98ec3de2eb454b4659d061f249

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«Национальный исследовательский технологический университет «МИСИС»

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины

Введение в социальные сети и интернет маркетинг

Закреплена за подразделением

Кафедра иностранных языков и коммуникативных технологий

Направление подготовки

45.03.02 ЛИНГВИСТИКА

Профиль

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

очная

Общая трудоемкость

4 ЗЕТ

Часов по учебному плану

144

Формы контроля в семестрах:

в том числе:

зачет с оценкой 6

аудиторные занятия

51

самостоятельная работа

93

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
	18			
Неделя	18			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	17	17	17	17
Практические	34	34	34	34
Итого ауд.	51	51	51	51
Контактная работа	51	51	51	51
Сам. работа	93	93	93	93
Итого	144	144	144	144

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ

1.1	Формирование системного представления о теории и практике создания коммуникаций и продвижения на площадках интернета включая поисковики, социальные сети и т.д., управления процессом создания коммуникаций и продвижения в интернете, с целью реализации стратегии развития организации, формирования и поддержания ее положительного внутреннего и внешнего имиджа.
-----	---

2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок ОП:		Б1.В.ДВ.16
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Введение в практику письменного перевода	
2.1.2	Методика обучения иностранным языкам	
2.1.3	Основы медиакоммуникации	
2.1.4	Основы медиалингвистики	
2.1.5	Основы психологии	
2.1.6	Современные технологии в переводе	
2.1.7	Основы методики обучения иностранным языкам	
2.1.8	Основы теории и практики перевода	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Event management в системе маркетинговых коммуникаций	
2.2.2	Введение в синхронный перевод	
2.2.3	Локализация и управление проектами в переводе	
2.2.4	Машинный перевод и постредактирование машинного перевода	
2.2.5	Менторство и профессиональная деформация	
2.2.6	Основы педагогического общения	
2.2.7	Основы рерайтинга и копирайтинга	
2.2.8	Основы создания личного бренда	
2.2.9	Особенности коммуникации в инклюзивном образовании	
2.2.10	Педагогические технологии	
2.2.11	Педагогический менеджмент	
2.2.12	Перевод в научно-технической сфере	
2.2.13	Перевод деловой документации	
2.2.14	Перевод научной публицистики	
2.2.15	Практика устного перевода	
2.2.16	Реферирование и аннотирование	
2.2.17	Современные тенденции в преподавании иностранных языков	
2.2.18	Современные технологии в медиакоммуникации	
2.2.19	Теория и практика перевода	
2.2.20	Тьюторство в системе образования	
2.2.21	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	
2.2.22	Преддипломная практика для выполнения выпускной квалификационной работы	
2.2.23	Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности	
2.2.24	Учебная практика по получению первичных профессиональных умений	

3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ФОРМИРУЕМЫМИ КОМПЕТЕНЦИЯМИ

ПК-1: Способен синтезировать лингвистические, лингводидактические и/ или переводческие знания для решения профессиональных задач и применять их в практической деятельности	
Знать:	
ПК-1-31	основы создания стратегии продвижения продукта, бренда или компании в социальных сетях
ПК-1-31	основы создания стратегии продвижения продукта, бренда или компании в социальных сетях
Уметь:	
ПК-1-У2	применять психологические знания для анализа принципов формирования устойчивых потребительских

ассоциаций
ПК-1-У2 применять психологические знания для анализа принципов формирования устойчивых потребительских ассоциаций
ПК-1-У1 использовать лингвистические знания, а также знания в области коммуникации для создания стратегии продвижения продукта, бренда или компании в социальных сетях
ПК-1-У1 использовать лингвистические знания, а также знания в области коммуникации для создания стратегии продвижения продукта, бренда или компании в социальных сетях
Владеть:
ПК-1-В1 навыком создания коммуникационной стратегии в интернете в зависимости от целей
ПК-1-В1 навыком создания коммуникационной стратегии в интернете в зависимости от целей