

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Нижегородский государственный технический университет
им. Р.Е. Алексеева» (НГТУ)

Образовательно-научный институт экономики и управления

(Полное и сокращенное название института, реализующего данное направление)

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института:

С.Н. Митяков
подпись
“18” марта 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.4.2 Разработка и продвижение контента

(индекс и наименование дисциплины по учебному плану)

для подготовки магистров

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Форма обучения: очная, заочная

Год начала подготовки 2025

Выпускающая кафедра СОМиК

Кафедра-разработчик СОМиК

Объем дисциплины 144/4
часов/з.е

Промежуточная аттестация экзамен

Разработчик: Средняк К.В., к.и.н.

НИЖНИЙ НОВГОРОД, 2025 год

Рабочая программа дисциплины: разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО 3++) по направлению подготовки 42.04.01. Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 8 июня 2017 года № 528, на основании учебного плана, принятого УМС НГТУ протокол от 17.12.2024 № 6

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры разработчика, протокол от 10.02.2025 № 1

Зав. кафедрой к.э.н, доцент Зайцева Е.А. _____
(подпись)

Программа рекомендована к утверждению ученым советом института ИНЭУ, протокол от 18.03.2025 № 3.

Рабочая программа зарегистрирована в УМУ регистрационный № 42.04.01-И-7

Начальник МО _____

Заведующая отделом комплектования НТБ _____ Кабанина Н.И.
(подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	4
1.1. Цель освоения дисциплины:	4
1.2. Задачи освоения дисциплины (модуля):	4
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	4
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
4.1. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТРУДОЁМКОСТИ ДИСЦИПЛИНЫ ПО ВИДАМ РАБОТ ПО СЕМЕСТРАМ	8
4.2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ, СТРУКТУРИРОВАННОЕ ПО ТЕМАМ	10
5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.	14
5.1. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ И НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	14
6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	20
6.1. Учебная литература	20
6.2. Справочно-библиографическая литература.	20
6.3. Перечень журналов по профилю дисциплины:	21
6.4. Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям	21
7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	21
7.1. Перечень информационных справочных систем	21
7.2. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства необходимого для освоения дисциплины	21
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ	22
9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	22
10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	23
10.1. ОБЩИЕ МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ, ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	23
10.2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ЗАНЯТИЙ ЛЕКЦИОННОГО ТИПА	24
10.3 МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ НА ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТАХ	24
10.4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ ОБУЧАЮЩИХСЯ	24
11. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	25
11.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости	25

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является изучение стратегии и принципов разработки и продвижения актуального контента.

1.2 Задачи освоения дисциплины (модуля):

- определение стратегий и тактических приемов организации и реализации контентной стратегии;
- освоение навыков создания различных видов контента с учетом потребностей аудитории и заказчика;
- контроль и делегирование процесса формирования контента, оценка его эффективности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина «Разработка и продвижение контента» включена в обязательный перечень дисциплин Блока 1, установленного ФГОС ВО, и является обязательной для всех профилей направления подготовки 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина «Разработка и продвижение контента» базируется на следующих дисциплинах: «Правовое регулирование деятельности в рекламе и связях с общественностью», «Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Копирайтинг текстов», «Социальное партнёрство», «Иностранный язык в профессиональной сфере».

Дисциплина «Разработка и продвижение контента» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: «Стратегия продвижения проекта в сети Интернет», «Комьюнити – менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Антикризисные коммуникации в сети Интернет», «SMM-коммуникации», а также при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)¹

Таблица 1 – Формирование компетенций по дисциплинам

Наименование дисциплин, формирующих компетенцию совместно	Семестры, формирования дисциплины Компетенции берутся из Учебного плана по направлению подготовки бакалавра /специалиста/магистра»			
	1	2	3	4
<i>Код компетенции ОПК-1</i>				
Иностранный язык в профессиональной сфере	*			
Копирайтинг текстов	*			

Этико-речевые коммуникации в рекламной деятельности	*			
Разработка и продвижение контента		*		
Научно-исследовательская работа		*		
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы				*

**ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ,
СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОП**

Таблица 2 – Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине			Оценочные средства	
					Текущего контроля	Промежуточной аттестации
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.	ИОПК–1.1. Определяет и анализирует особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов и (или) медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов.	Знать: - особенности этапов и принципов производства различных контентных продуктов для реализации бизнес-задач заказчика	Уметь: - применять особенности этапов и принципов производства различных контентных продуктов для реализации бизнес-задач заказчика	Владеть: - навыками применения принципов производства и распространения контентных продуктов для реализации бизнес-задач заказчика	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса	Вопросы к устному зачету (20 вопросов)
	ИОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и	Знать: - методику и технику разработки актуальных коммуникационных продуктов	Уметь: - применять в практической деятельности методику и технику разработки контентных продуктов	Владеть: - навыками применения методики и техники разработки актуальных коммуникационных продуктов	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса	

	особенностей иных знаковых систем					
	ИОПК-1.3. Отслеживает изменение норм русского и иностранного языков, иных знаковых систем и учитывает при создании коммуникационных продуктов	Знать: - особенности проектирования и создания коммуникационных продуктов, в том числе создание контента и нейминга	Уметь: - применять особенности проектирования и создания коммуникационных продуктов, в том числе создание контента и нейминга	Владеть: - навыками применения особенности проектирования и создания коммуникационных продуктов, в том числе создание контента и нейминга	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса	

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зач.ед. 144 часов, распределение часов по видам работ семестрам представлено в таблице 3.

Таблица 3

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ по семестрам Для студентов очного обучения

Вид учебной работы	Трудоёмкость в час	
	Всего час.	В т.ч. по семестрам
		2 сем
Формат изучения дисциплины	с использованием элементов электронного обучения	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	144	144
1. Контактная работа:	57	57
1.1.Аудиторная работа, в том числе:	51	51
занятия лекционного типа (Л)	17	17
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. занятия и др)	34	34
лабораторные работы (ЛР)		
1.2.Внеаудиторная, в том числе		
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)		
текущий контроль, консультации по дисциплине	6	6
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)		
2. Самостоятельная работа (СРС)	60	60
реферат/эссе (подготовка)		
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)		
контрольная работа		
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)		
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)	60	60
Подготовка к экзамену (контроль)	27	27

Для студентов заочного обучения

Вид учебной работы	Трудоёмкость в час	
	Всего час.	В т.ч. по семестрам
		3 сем
Формат изучения дисциплины	с использованием элементов электронного обучения	
Общая трудоёмкость дисциплины по учебному плану	144	144
1. Контактная работа:	22	22
1.3.Аудиторная работа, в том числе:	16	16
занятия лекционного типа (Л)	8	8
занятия семинарского типа (ПЗ-семинары, практ. занятия и др)	8	8
лабораторные работы (ЛР)		
1.4.Внеаудиторная, в том числе		
курсовая работа (проект) (КР/КП) (консультация, защита)		
текущий контроль, консультации по дисциплине	6	6
контактная работа на промежуточном контроле (КРА)		
2. Самостоятельная работа (СРС)	113	113
реферат/эссе (подготовка)		
расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)		
контрольная работа		
курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)		
самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)	113	113
Подготовка к экзамену (контроль)	9	9

- 4.2 Содержание дисциплины, структурированное по темам

Таблица 4.1 – Содержание дисциплины, структурированное по темам для студентов очного обучения

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанно го Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самост оатель ная работа студент ов (час)				
		Лек ции	Лабо рато рные е рабо ты	Пра кти чес кие зан яти я					
2 семестр									
ОПК-1	Раздел 1. Основы контентной стратегии								
ИОПК - 1.1 ИОПК-1.2 ИОПК-1.3	Тема 1.1. Общая характеристика контент-маркетинга	1		3	4	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
	Тема 1.2. Этапы формирование контентной стратегии	2		3	5	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
	Тема 1.3. Создание маркетинговых текстов	2		3	5	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
	Тема 1.4. Типы и форматы текста	2		4	5	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанног о Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самост оатель ная работа студент ов (час)				
		Лек ции	Лабо рато рные е рабо ты	Пра кти чес кие зан яти я					
	Тема 1.5. Тексты для рассылок и лендингов	2		4	5	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
	Тема 1.6. Копирайтинг для социальных сетей	2		3	5	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
	Тема 1.7. Карточки, кейсы и другие форматы	1		3	5	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
	Тема 1.8. Сторителлинг	1		2	4	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
	Итого по 1 разделу	13		25	38				
	ОПК-1	Раздел 2. Редактура и упаковка контента							
ИОПК - 1.1 ИОПК-1.2 ИОПК-1.3	Тема 2.1. Редактура текста	2		3	7	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанно го Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самост оатель ная работа студент ов (час)				
		Лек ции	Лабо рато рные е рабо ты	Пра кти чес кие зан яти я					
	● Тема 2.2. Работа с источниками и фактчекинг	1		3	8	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
Тема 2.3 Базовые принципы дизайна контентных проектов	1		3	7	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты			
Итого по 2 разделу	4		9	22					
ИТОГО ЗА СЕМЕСТР	17		34	60					
ИТОГО по дисциплине	17		34	60					

Таблица 4.2 – Содержание дисциплины, структурированное по темам для студентов заочного обучения

Планируемые (контролируемые) результаты	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)			Вид СРС	Наименование используемых активных и	Реализация в рамках Практической	Наименование разработанно го Электронного
		Контактная работа		Самост ятель				

освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций		Лек ции	Лабо рато рные е рабо ты	Пра кти чес кие зан яти я	ная работа студент ов (час)		интерактивных образовательных технологий	подготовки (трудоемкость в часах)	курса (трудоемкость в часах)
2 семестр									
ОПК-1	Раздел 1. Основы контентной стратегии								
ИОПК – 1.1 ИОПК-1.2 ИОПК-1.3	Тема 1.1. Общая характеристика контент-маркетинга	0,5		0,5	10	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
	Тема 1.2. Этапы формирование контентной стратегии	1		1	10	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
	Тема 1.3. Создание маркетинговых текстов	1		1	10	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
	Тема 1.4. Типы и форматы текста	1		1	10	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
	Тема 1.5. Тексты для рассылок и лендингов	1		1	10	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
	Тема 1.6. Копирайтинг для социальных сетей	1		1	10	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанног о Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самост оатель ная работа студент ов (час)				
		Лек ции	Лабо рато рные е рабо ты	Пра кти чес кие зан яти я					
						занятиям	курса, тесты		
	Тема 1.7. Карточки, кейсы и другие форматы	0,5		0,5	10	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
Тема 1.8. Сторителлинг	0,5		0,5	10	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты			
Итого по 1 разделу	6,5		6,5	80					
УК-1	Раздел 2. Редактура и упаковка контента								
ИУК-1.1 ИУК-1.3 ОПК-4	Тема 2.1. Редактура текста	0,5		0,5	11	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
ИОПК – 4.1 ИОПК-4.2 ИОПК-4.3	● Тема 2.2. Работа с источниками и фактчекинг	0,5		0,5	11	Подготовка к лекциям и практическим занятиям	Опрос по темам, ситуационные задачи по темам курса, тесты		
	Тема 2.3 Базовые принципы дизайна контентных проектов	0,5		0,5	11	Подготовка к лекциям и	Опрос по темам, ситуационные		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанно го Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самост оатель ная работа студент ов (час)				
		Лек ции	Лабо рато рные е рабо ты	Пра кти чес кие зан яти я					
						практическим занятиям	задачи по темам курса, тесты		
	Итого по 2 разделу	1,5		1,5	33				
	ИТОГО ЗА СЕМЕСТР	8		8	113				
	ИТОГО по дисциплине	8		8	113				

5. ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.

- **5.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности**

Тесты для текущего и промежуточного контроля знаний обучающихся.

Пример:

1. Допускается ли использование прямой речи в пресс-релизах?
 - Да
 - Нет
 - Только в неофициальных
2. Пресс-релиз в имиджевом копирайтинге:
 - информация о предстоящем событии
 - детальное описание предмета (товара, услуги)
 - вид PR-копирайтинга рассказывает читателям об уже прошедшем мероприятии и его результатах
 - описание интересных и значимых фактов для целевой аудитории
 - информационное сообщение о продукте или компании
3. Отчёт в имиджевом копирайтинге:
 - информация о предстоящем событии
 - детальное описание предмета (товара, услуги)
 - описание интересных и значимых фактов для целевой аудитории
 - вид PR-копирайтинга рассказывает читателям об уже прошедшем мероприятии и его результатах
 - информационное сообщение о продукте или компании
4. Обзорная статья в имиджевом копирайтинге:
 - описание интересных и значимых фактов для целевой аудитории
 - информационное сообщение о продукте или компании
 - вид PR-копирайтинга рассказывает читателям об уже прошедшем мероприятии и его результатах
 - детальное описание предмета (товара, услуги)
 - информация о предстоящем событии
5. К видам копирайтинга относятся: (отметьте все правильные ответы)
 - имиджевый копирайтинг
 - написание продающихся текстов
 - информационный копирайтинг
 - SEO копирайтинг

1. Вопросы и ситуационные задачи для подготовки к контрольным мероприятиям (текущий контроль)

Пример:

1. Выделите три основные ошибки текста, опишите их в таблице. При анализе текста используйте смысловой и технический анализ. перепишите его.
2. Выберите несколько интерфейсов для анализа и подумайте, чтобы вы могли поменять в тексте интерфейса. На какие показатели повлияли бы эти изменения? Как это поможет пользователю понять продукт?
3. Проанализируйте представленную контентную стратегию с точки зрения соотношения ценность/инвестиции

2. Перечень вопросов, выносимых на промежуточную аттестацию (экзамен)

1. Предмет контент-маркетинга, его функции, цели, задачи.
2. Профессиональные задачи копирайтера.
3. Рекламный бриф, его структура и содержание.
4. Структура рекламного текста.
5. Формула AIDA. Модель перевёрнутой пирамиды.
6. Креолизованный текст, его виды, функции.
7. Традиционные жанры рекламных текстов.
8. Оригинальные жанры рекламных текстов.
9. Аргументация в рекламном тексте.
10. Прецедентные феномены в рекламном тексте.
11. Нейминг, процесс нейминга.
12. Особенности создания сценариев для радиорекламы и TV.
13. Особенности копирайтинга в сфере PR, жанры PR-текстов.
14. Структура пресс-релиза, особенности его написания. Информационный повод.
15. SEO-копирайтинг.
16. Формирование контентной стратегии.
17. Работа с видео и аудио контентом
18. Проектирование дизайна контента, основные принципы редактуры
19. Основные принципы верстки текста
20. Сторителлинг

5.2. Описание показателей и критериев контроля успеваемости, описание шкал оценивания

Таблица 5 При текущем контроле (контрольные недели) и оценка выполнения практических работ

Шкала оценивания	Экзамен/ Зачет с оценкой	Зачет
$40 < R \leq 50$	Отлично	зачет
$30 < R \leq 40$	Хорошо	
$20 < R \leq 30$	Удовлетворительно	
$0 < R \leq 20$	Неудовлетворительно	незачет

При промежуточном контроле успеваемость студентов оценивается по системе «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Таблица 6 – Критерии оценивания результата обучения по дисциплине и шкала оценивания

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения			
		Оценка «неудовлетворительно» / «не зачтено» 0-59% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка «удовлетворительно» / «зачтено» 60-74% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка «хорошо» / «зачтено» 75-89% от max рейтинговой оценки контроля	Оценка «отлично» / «зачтено» 90-100% от max рейтинговой оценки контроля
ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиaproдуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.	ИОПК–1.1. Определяет и анализирует особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов и (или) медиaproдуктов и (или) коммуникационных продуктов.	Изложение учебного материала бессистемное, не знает особенности этапов и принципов производства различных контентных продуктов для реализации бизнес-задач заказчика	Фрагментарные, поверхностные знания особенностей этапов и принципов производства различных контентных продуктов для реализации бизнес-задач заказчика	Владеет знаниями и навыками применения особенностей этапов и принципов производства различных контентных продуктов для реализации бизнес-задач заказчика; допускает незначительные ошибки, которые сам исправляет; комментирует выполняемые действия не всегда точно.	Имеет глубокие знания всего материала; в полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями. Свободно применяет особенности этапов и принципов производства различных контентных продуктов для реализации бизнес-задач заказчика
	ИОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых	Изложение учебного материала бессистемное, не знает методику и технику разработки актуальных коммуникационных продуктов	Фрагментарные, поверхностные знания методики и техники разработки актуальных коммуникационных продуктов	Владеет знаниями методики и техники разработки актуальных коммуникационных продуктов ; комментирует выполняемые действия не всегда точно.	Имеет глубокие знания всего материала; в полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями. Свободно использует методику и технику разработки актуальных коммуникационных продуктов

	систем				
	ИОПК-1.3. Отслеживает изменение норм русского и иностранного языков, иных знаковых систем и учитывает при создании коммуникационных продуктов	Изложение учебного материала бессистемное, не знает особенности проектирования и создания коммуникационных продуктов, в том числе создание контента и нейминга	Фрагментарные, поверхностные знания особенностей проектирования и создания коммуникационных продуктов, в том числе создание контента и нейминга	Владеет знаниями и навыками применения особенностей проектирования и создания коммуникационных продуктов, в том числе создание контента и нейминга ; комментирует выполняемые действия не всегда точно.	Имеет глубокие знания всего материала; в полной мере владеет необходимыми знаниями и умениями. Свободно применяет особенности проектирования и создания коммуникационных продуктов, в том числе создание контента и нейминга

Таблица 7. Критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания
Высокий уровень «5» (отлично) – «зачет»	оценку «отлично» заслуживает студент, освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал без пробелов; выполнивший все задания, предусмотренные учебным планом на высоком качественном уровне; практические навыки профессионального применения освоенных знаний сформированы.
Средний уровень «4» (хорошо) – «зачет»	оценку «хорошо» заслуживает студент, практически полностью освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не оценены максимальным числом баллов, в основном сформировал практические навыки.
Пороговый уровень «3» (удовлетворительно) – «зачет»	оценку «удовлетворительно» заслуживает студент, частично с пробелами освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, многие учебные задания либо не выполнил, либо они оценены числом баллов близким к минимальному, некоторые практические навыки не сформированы.
Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно) – «незачет»	оценку «неудовлетворительно» заслуживает студент, не освоивший знания, умения, компетенции и теоретический материал, учебные задания не выполнил, практические навыки не сформированы.

6 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

• Учебная литература

6.1.1.Марочкина, С.С. Планирование и реализация коммуникационных кампаний и мероприятий: учебное пособие / С.С. Марочкина, И.Б. Шуванов, Е.В. Щетинина. – Сочи: СГУ, 2019. – 66 с. – Текст: электронный// Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/147831> (дата обращения: 03.11.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

6.1.2.Крайнов, Г.Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR: учебное пособие для вузов / Г.Н. Крайнов. — 2-е изд., стер. – Санкт-Петербург: Лань, 2021. – 372 с. – ISBN 978-5-8114-7255-0.– Текст: электронный// Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/156925> (дата обращения: 03.11.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

6.2.3. Долгова, Н.В. Основы рекламы и связей с общественностью в средствах массовой информации: практикум: учебное пособие / Н.В. Долгова. – Рязань: РГУ имени С.А.Есенина, 2021. – 84 с. – ISBN 978-5-907266-52-0. – Текст: электронный// Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/177000> (дата обращения: 03.11.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

• 6.2.Справочно-библиографическая литература

6.2.1Пашоликов, М.С. Управление событиями. Стратегия. Тактика. Практика: руководство / М.С. Пашоликов. – Санкт-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 2019. – 52 с. – ISBN 978-5-8064-2750-3. – Текст: электронный// Лань: электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/136678> (дата обращения: 03.11.2021). – Режим доступа: для авториз. пользователей.

6.2.2.Колибаба В.И. Бизнес-планирование :Учеб.пособие /В. И. Колибаба, И. А. Астраханцева - Старый Оскол : ООО "ТНТ", 2011 - Рекомендовано УМО РАЕ по классическому унив.итехн. Образованию

6.2.3.Ойнер О.К. Управление результативностью маркетинга: Учебник для магистров / О.К. Ойнер - М. :Юрайт, 2013. - 344 с

- **6.3.Перечень журналов по профилю дисциплины:**

- 6.3.1 Журнал «Event-маркетинг». – режим доступа: <https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=38047>
- 6.3.2 Международный электронный научно-образовательный журнал «Медиа. Информация. Коммуникация». – режим доступа: https://www.elibrary.ru/title_about_new.asp?id=38089
- 6.3.3 Журнал «Маркетинговые коммуникации». – Режим доступа: <https://elibrary.ru/contents.asp?titleid=10304>

- **6.4 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям.**

7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный процесс по дисциплине обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав по дисциплине определен в настоящей РПД и подлежит обновлению при необходимости).

- **7.1 Перечень информационных справочных систем**

Таблица 8. Перечень электронных библиотечных систем

№	Наименование ЭБС	Ссылка к ЭБС
1	Консультант студента	http://www.studentlibrary.ru/
2	Лань	https://e.lanbook.com/
3	Юрайт	https://biblio-online.ru/
4	E-LIBRARY.ru	http://elibrary.ru/defaultx.asp

- **7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения,** в том числе отечественного производства необходимого для освоения дисциплины

Таблица 9. Программное обеспечение

Программное обеспечение, используемое в университете на договорной основе	Программное обеспечение свободного распространения
Microsoft Windows 7 (подписка MSDN 4689, подписка DreamSparkPremium, договор № Tr113003 от 25.09.14)	Adobe Acrobat Reader (FreeWare) https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader.html
Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655)	OpenOffice (FreeWare) https://www.openoffice.org/ru/
IBM SPSS Statistics (в составе программного решения СТАТКЛАСС)	

7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

В таблице 9 указан перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, к которым обеспечен доступ (удаленный доступ). Данный перечень подлежит обновлению в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

В данном разделе могут быть приведены ресурсы (ссылки на сайты), на которых можно найти полезную для курса информацию, в т.ч. статистические или справочные данные, учебные материалы, онлайн курсы и т.д.

Таблица 9 - Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№	Наименование профессиональной базы данных, информационно-справочной системы	Доступ к ресурсу (удаленный доступ с указанием ссылки/доступ из локальной сети университета)
1	2	3
1	Единый архив экономических и социологических данных	http://sophist.hse.ru/data_access.shtml

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОВЗ

В таблице 10 указан перечень образовательных ресурсов, имеющих формы, адаптированные к ограничениям их здоровья, а также сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования. При заполнении таблицы может быть использована информация, размещенная в подразделе «Доступная среда» специализированного раздела сайта НГТУ «Сведения об образовательной организации» <https://www.nntu.ru/sveden/accenv/>

Таблица 10 – Образовательные ресурсы для инвалидов и лиц с ОВЗ

№	Перечень образовательных ресурсов, приспособленных для использования инвалидами и лицами с ОВЗ	Сведения о наличии специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования
1	ЭБС «Консультант студента»	озвучка книг и увеличение шрифта
2	ЭБС «Лань»	специальное мобильное приложение - синтезатор речи, который воспроизводит тексты книг и меню навигации
3	ЭБС «Юрайт»	версия для слабовидящих

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные аудитории для проведения занятий по дисциплине, оснащены оборудованием и техническими средствами обучения

В таблице 11 перечислены:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;
- помещения для самостоятельной работы обучающихся, которые должны оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную, информационно-образовательную среду НГТУ.

Таблица 11 – Оснащенность аудиторий и помещений для самостоятельной работы студентов по дисциплине

№	Наименование аудиторий и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность аудиторий помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	6302 учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; г. Нижний Новгород, Казанское ш., 12	1. Доска меловая; 2. Мультимедийный проектор Epson efn-121; 3. Ноутбук Sony Vaio: Intel Core2Duo@1.8 Ghz; 2Gb озу; 4. Стул – 34 шт.; 5. Парты – 18 шт.; 6. Рабочее место – 1 шт.	1. Windows XP, Prof, S/P3 (подписка Dream Spark Premium, договор №Tr113003 от 25.09.14); 2. Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655); Dr.Web (с/н GMN9-DSLH-G4U1-LW6H от 11.05.23

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

● 10.1 Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- балльно-рейтинговая технология оценивания;
- разбор конкретных ситуаций.

При преподавании дисциплины «Разработка и продвижение контента», используются современные образовательные технологии, позволяющие повысить активность студентов при освоении материала курса и предоставить им возможность эффективно реализовать часы самостоятельной работы.

На лекциях, практических занятиях реализуются интерактивные технологии, приветствуются вопросы и обсуждения, используется личностно-ориентированный подход, технология работы в малых группах, что позволяет студентам проявить себя, получить навыки самостоятельного изучения материала, выровнять уровень знаний в группе.

Все вопросы, возникшие при самостоятельной работе над домашним заданием, подробно разбираются на практических занятиях и лекциях. Проводятся индивидуальные и групповые консультации с использованием, как встреч студентами, так и современных информационных технологий: чат, электронная почта, ZOOM.

Иницируется активность студентов, поощряется задание любых вопросов по материалу, практикуется индивидуальный ответ на вопросы студента, рекомендуются методы успешного самостоятельного усвоения материала в зависимости от уровня его базовой подготовки.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов в процессе текущего контроля.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с учетом текущей успеваемости.

Результат обучения считается сформированным на повышенном уровне, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, использует в ответе дополнительный материал. Все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты, проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Результат обучения считается сформированным на пороговом уровне, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже трех по оценочной системе, что соответствует допороговому уровню.

•

• **10.2 Методические указания для занятий лекционного типа**

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины (Таблица 4). Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям / лабораторным работам и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

•

• **10.3 Методические указания по освоению дисциплины на практических работах**

Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические занятия обучающихся обеспечивают:

- проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;
- получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;
- умение решать ситуационные задачи;
- подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

• **10.4 Методические указания по самостоятельной работе обучающихся**

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего

контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 6.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут работать на компьютере в специализированных аудиториях для самостоятельной работы (указано в таблице 11). В аудиториях имеется доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

11. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

● 11.1 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта в ходе текущего контроля успеваемости
Для текущего контроля знаний студентов по дисциплине проводится **комплексная оценка знаний**, включающая:

- проведение контрольных работ;
- обсуждение теоретических вопросов;
- решение ситуационных задач;
- тестирование;
- экзамен.

11.2 Типовые задания к практическим занятиям

1. Создайте landing page с основными УТП компании.
2. Сформируйте контент-план на 1 месяц для ВК
3. Проведите редактуру текста. Перепишите его, сократив до 1500 знаков

11.3 Типовые вопросы (задания) для устного (письменного) опроса

1. Каковы типы контента востребованы для молодежной аудитории?
2. Базовые принципы проектирования контентной стратегии.
3. Этапы работы над сторителлингом.

11.4 Типовые тестовые задания. Тема 6.

1. Анонс в имиджевом копирайтинге:
 - вид PR-копирайтинга рассказывает читателям об уже прошедшем мероприятии и его результатах
 - информация о предстоящем событии
 - информационное сообщение о продукте или компании
 - описание интересных и значимых фактов для целевой аудитории
 - детальное описание предмета (товара, услуги)
2. Имиджевая статья в копирайтинге:
 - вид PR-копирайтинга рассказывает читателям об уже прошедшем мероприятии и его результатах
 - информация о предстоящем событии
 - информационное сообщение о продукте или компании

- описание интересных и значимых фактов для целевой аудитории
- детальное описание предмета (товара, услуги)

11.5 Типовые ситуационные задачи

Проведите анализ контент-плана в сообществе в Вконтакте на примере компании:

1. Опишите сообщество.
2. Проанализируйте целевую аудиторию.
3. Определите типы контента и вовлеченность аудитории.
4. Выявите эффективность использования контента
5. Предложите оптимизацию работы с ним

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института ИНЭУ

“___” _____ 202__ г.

Лист актуализации рабочей программы дисциплины
Б.1.Б.4.2 «Разработка и продвижение контента»
индекс по учебному плану, наименование

для подготовки магистров

Направление: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность: «Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью»

Форма обучения очная, заочная

Год начала подготовки: 2022

Курс 1

Семестр 2

а) В рабочую программу не вносятся изменения. Программа актуализирована для 202 г. начала подготовки.

б) В рабочую программу вносятся следующие изменения (указать на какой год начала подготовки):

1)

2)

3)

Разработчик (и): _____
(ФИО, ученая степень, ученое звание) «__» _____ 202__ г.

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры СОМик
_____ протокол № _____ от «__» _____ 202__ г.

Заведующий кафедрой

Е.А. Зайцева

Лист актуализации принят на хранение:

Заведующий выпускающей кафедрой СОМик _____ «__» _____ 202__ г.

Методический отдел УМУ: _____ «__» _____ 202__ г.

