

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 16:54:06
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт	социальной инженерии
Кафедра	социологии и рекламных коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление рекламным контентом в интернет-среде

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль	Стратегические коммуникации и бренд-аналитика
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма обучения	очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Управление рекламным контентом в интернет-среде» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 7 от 27.03.2025 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Доцент	А.Л. Андреева
Заведующий кафедрой:	А.А. Комарова

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

- Учебная дисциплина «Управление рекламным контентом в интернет-среде» изучается на четвертом курсе
- Курсовая работа не предусмотрена.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Управление рекламным контентом в интернет-среде» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Б1.О.11 Информационные и коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
- Б1.О.23 Основы теории коммуникации
- Б1.О.24 Технологии презентации рекламного креатива
- Б1.О.26 Копирайтинг и спичрайтинг
- Б1.О.29 Теория и практика массовой коммуникации
- Б1.О.17 Современные технологии создания медиапродукта
- Б1.О.16 Медиапланирование
- Б1.О.27 Интегрированные маркетинговые коммуникации
- Б1.О.20 Интернет-продвижение медиапродукта
- Б1.О.31 Планирование и организация рекламных и PR-кампаний

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики: преддипломной практики и выполнении ВКР.

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

- формирование профессиональных знаний, умений и навыков в области разработки контент-стратегий, принципов организации рекламной коммуникации в социальных сетях
- ознакомление с основами контент - маркетинга, основными понятиями и принципами разработки маркетинговой стратегии;
- ознакомление с особенностями продвижения бизнеса компании через контент-маркетинг;
- формирование умения определения формата присутствия бренда в социальных сетях
- формирование навыков разработки способов привлечения целевой аудитории с помощью контент маркетинга;
- формирование навыков определения релевантных инструментов для различных сценариев взаимодействия с целевыми аудиториями;
- формирования навыков разработки технического задания для проведения маркетинговых исследований для разработки контент-стратегии

- формирование навыков по разработке различных видов контента, управлению контентом для целей реализации проектов в области профессиональной деятельности;
- формирование навыков реализации рекламной контент-стратегии на платформах социальных медиа и оценки эффективности её реализации

Результатом обучения по учебной дисциплине/учебному модулю является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю
ПК-4 Способен планировать и организовывать работу по производству рекламных коммуникаций в рамках реализации стратегии продвижения проекта, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	<i>ИД-ПК-4.1 Применение современных рекламных контекстно-медийных систем при распределении ресурсов на каждом этапе реализации стратегии продвижения</i>	Знает: принципы, методы, технологии и методики проектирования и управления рекламным контентом посредством контекстно-медийных комплексов и систем Умеет: разрабатывать и сопровождать коммуникационные программы в цифровых контекстно-медийных сервисах Владеет: навыками использования информационных технологий с целью проектирования и реализации стратегии продвижения навыками переработки текстов различной тематики (рерайт); написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг); - поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов; - навыками ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте
	<i>ИД-ПК-4.2 Проектирование технического задания для стратегического планирования рекламных</i>	Знает: содержание контент-маркетинга и его технологий, площадок размещения, типов контента и процессов управления контентом основные способы сбора, обработки,

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю
	коммуникаций	анализа и наглядного представления информации; законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет Умеет: создавать комплекты технических заданий для разработки стратегических программ продвижения и маркетинговых активностей на основе конъюнктуры рынка для внутреннего и внешнего использования (партнеров, исполнителей) Владеет: навыками планирования коммуникационных кампаний в оффлайн и онлайн форматах
	ИД-ПК-4.3 Совершенствование интеграции технических средств и онлайн-сервисов в рамках реализации стратегии продвижения рекламных проектов	Знает: функционал и специфику цифровых платформ и специализированных сервисов управления контентом и аналитикой Умеет: разрабатывать предложения по совершенствованию контента в оффлайн и онлайн средах для разных сегментов потребителей Владеет: навыками разработки цифрового имиджевого информационного и продающего контента для предприятий разной специализации; методами и инструментами управления репутацией (ORM и SERM)

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Общая трудоёмкость учебной дисциплины/модуля по учебному плану составляет:
- 2.

по очной форме обучения	3	з.е.	96	час.
-------------------------	---	------	----	------

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очная форма обучения)

Структура и объем дисциплины									
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час		
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа/ курсовой проект	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
7 семестр	зачет	96	16	34	-	-	-	46	
Всего:		96	16	34	-	-	-	46	

3.2. Структура учебной дисциплины/модуля для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

Планируемые (контролируе- мые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/ индивидуальные занятия ¹ , час	Практическая подготовка, час		
Седьмой семестр							
ПК-4 ИД-ПК-4.1	Тема 1.1 Сущность, понятие, принципы и задачи контент-маркетинга	2	-	-	-	-	Формы текущего контроля:
	Тема 1.2 Инструменты контент-маркетинга	2	-	-	-	-	Собеседование/ устный опрос Аналитические практико-ориентированное задание
	Практическое занятие № 1.1. Вводная дискуссия «Content marketing and Digital PR»	-	2	-	-	-	
	Практическое занятие № 1.2. Дискуссия «Сообщества как базовый инструмент контент маркетинга»	-	2	-	-	-	
	Тема 1.3. SMM-продвижение. Мессенджеры как рекламные каналы	2	-	-	-	-	
	Практическое занятие № 1.3. Изучение рекламного кабинета ВКонтакте. Настройка рекламного кабинета. Настройка контекстной рекламы. Запуск рекламы	-	4	-	-	10	
	Практическое занятие № 1.4. Особенности работы	-	4	-	-	6	

Планируемые (контролируе- мые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные занятия ¹ , час	Практическая подготовка, час		
	Telegram						
ПК-4 ИД-ПК-4.2	Тема 1.4. Целевая аудитория. Выстраивание релевантных коммуникаций	2	-	-	-	-	
	Практическое занятие № 1.5. Отработка методик исследования целевой аудитории посредством цифровых сервисов; создание брифов на оценку целевой аудитории	-	4	-	-	8	
	Тема 1.5. Контент-стратегии	2	-	-	-	-	
	Практическое занятие № 1.6. Стратегии и инструментарий маркетинга в соцмедиа. Разработка коммуникативной стратегии организации в социальной сети. Интеграция сайта с социальными сетями. Автопостинг в социальных сетях (Работа в SMMplanner).	-	8	-	-	8	
	Тема 1.6. Дистрибуция контента	2	-	-	-	-	
ПК-4 ИД-ПК-4.3	Тема 1.7. Контент-маркетинг как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций	2	-	-	-	-	Формы текущего контроля: Аналитические практико-ориентированное задание Контрольная работа/ тест;
	Практическое занятие № 1.7. Разработка контент-	-	6	-	-	6	

Планируемые (контролируе- мые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/ индивидуальные занятия ¹ , час	Практическая подготовка, час		
	плана. Создание референсов. Influence marketing: работа с блогерами, подача контента						
	Тема 1.8. Методы оценки эффективности контент-маркетинга	2	-	-	-	-	
	Практическое занятие № 1.8. Оценка эффективности контент активностей в сервисах Яндекс.Метрика, Google Analytics Similarweb), аналитика соцсетей Продуктовая аналитика. Интерпретация данных о поведении пользователей внутри сервисов и приложений Работа с репутацией бренда в ВКонтакте и Одноклассниках (анализ бренда)	-	4	-	-	8	
	Зачет	-	-	-	-		Аналитические практико-ориентированное задание Тест
	ИТОГО за весь период	16	34	-	-	46	

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Тема 1.1	Сущность, понятие, принципы и задачи контент-маркетинга	Контент-маркетинг как стратегия. История появления и современное состояние. Преимущества и недостатки относительно других digital и традиционных инструментов коммуникации. Принципы эффективного контент-маркетинга. Категории бизнеса, нуждающиеся в использовании КМ,
Тема 1.2	Инструменты контент-маркетинга	Основные инструменты контент-маркетинга и форматы использования контент-маркетинга брендами. Виды контента. Ситуативный контент-маркетинг и работа в реальном времени. Понятие “value proposition”, лежащего в основе создаваемого контента.
Тема 1.3	SMM-продвижение. Мессенджеры как рекламные каналы	Понятие и сущность социальной сети как инструмента продвижения. Цели, задачи, преимущества, инструменты SMM-продвижения. Рекламная и контентная модель ведения сообществ. Выбор роли сообществ в digital экосистеме. Экосистема активов бренда в социальных медиа. Концепция сообщества.
Тема 1.4	Целевая аудитория. Выстраивание релевантных коммуникаций	Диалог с аудиторией и привлечение аудитории к созданию коммуникации Принцип «слышать аудиторию» и «создавать вместе с аудиторией». Привлечение внешней аудитории к созданию контента - пользовательский контент (UGC), амбассадоры бренда (endorsement), контент-мейкеры (co-creation)
Тема 1.5	Контент-стратегии	Определение контент-стратегии и ее разработка. Написание контент-стратегии. Сходства и различия контент-стратегий для видео-, аудио- и текстовых проектов. Редакторский план, его роль в контент-стратегии, принципы составления, работа с группами аудиторий.
Тема 1.6	Дистрибуция контента	Каналы дистрибуции. Виды дистрибуции. Понятие «посева». «Отладка» системы дистрибуции контента. Цифровые платформы для дистрибуции контента. Отслеживание эффективности дистрибуции (метрики).
Тема 1.7	Контент-маркетинг как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций	Роль контент-маркетинга в структуре интегрированных коммуникаций (ИМС) бренда. Оценка эффективности контент маркетинга в составе ИМС коммуникаций бренда – ключевые показатели эффективности (KPI) и инструменты их измерения
Тема 1.8	Методы оценки эффективности контент-	Метрики оценки по коммуникационной воронке: генерация трафика, измерение погруженности в

	маркетинга	контент, измерение конверсии. Поведенческие цели, Имиджевые цели. Информационные цели. Экономический эффект ROI – специфика в контент-маркетинге.
--	------------	---

3.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям, практическим занятиям, зачетам, экзаменам;
- изучение учебных пособий;
- изучение разделов/тем, не выносимых на лекции и практические занятия самостоятельно;
- участие студентов в дискуссиях и ролевых играх;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- подготовка рефератов и докладов, эссе;
- подготовка к контрольной работе.;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение индивидуальных и групповых консультаций по отдельным темам/разделам дисциплины;
- проведение консультаций перед зачетом с оценкой по необходимости;

3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии применяются.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

В электронную образовательную среду перенесены отдельные виды учебной деятельности:

использование ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
смешанное обучение	лекции		в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия		

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции.

Уровни сформированности компетенции(-й)	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности профессиональной(-ых) компетенции(-й)
высокий	-	отлично/ зачтено (отлично)/ зачтено	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
повышенный	-	хорошо/ зачтено (хорошо)/ зачтено	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
базовый	-	удовлетворительно/ зачтено (удовлетворительно)/ зачтено	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает

			значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
низкий	-	неудовлетворительно/ не зачтено	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков. Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Управление разработкой интернет-проектов» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине (модулю), указанных в разделе 2 настоящей программы.

5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

3. № пп	4. Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
1	Аналитические практико-ориентированных задания	Задание 1. Цель – отработка навыков анализа активности конкурентов. Для предложенной категории проанализируйте активность ключевых игроков в категории в области контент-маркетинга. По заданному шаблону опишите развернуто, какие инструменты и как задействуют и сделайте выводы о типовых подходах к контент-маркетингу в категории Результаты необходимо представить в виде презентации. Время выполнения 60 – 80 мин. Проводится в группах по 4-5 чел.

3. № пп	4. Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		Задание 2. Цель – отработка навыков мониторинга UGC-контента в digital пространстве. Для предложенной категории, проанализируйте обсуждения в социальном пространстве (социальные медиа, форумы). По заданному шаблону опишите развернуто, какие обсуждения были выявлены; сделайте выводы о специфике аудитории и возможных направлениях для контента от бренда Результаты необходимо представить в виде презентации. Время выполнения 60 – 80 мин. Проводится в группах по 4-5 чел Задание 3. Цель – отработка навыков разработки контент-стратегии Разработайте контент-стратегию для проекта на выбор: 1) интернет-магазина кофе; 2) региональное Интернет-СМИ; 3) профессиональный Telegram-канал в области интернет-маркетинга. Результаты необходимо представить в виде презентации. Проводится в группах по 4-5 чел

3. № пп	4. Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		Задание 4. Цель – отработка навыков генерации видео-контента Проанализируйте видеоконтент на информационном / развлекательном / образовательном сайте / паблике в социальных сетях и предложите 7 сценариев видеороликов в качестве повышения качества контента с учётом «баланса контента» по М. Стелзнеру Результаты необходимо представить в виде презентации. Время выполнения 60 – 80 мин. Проводится в группах по 4-5 чел Задание п. Цель – отработка навыков оценки эффективности контента На основе результатов аналитики выбранного информационного сайта / паблика в социальных сетях сформулируйте рекомендации по улучшению качества контента Результаты необходимо представить в виде презентации. Время выполнения 60 – 80 мин. Проводится в группах по 4-5 чел
2	Собеседование/ устный опрос	1. Цели, задачи и функционал контент маркетинга 2. Применение контент-маркетинга в бизнесе. В каких сферах и при каких условиях контент-маркетинг будет не эффективен 3. Основные инструменты контент маркетинга 4. Основные типы контента, применяемые для продвижения и популяризации

3. № пп	4. Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		бренда/бизнеса 5. Лидогенерация. Основные принципы и методы привлечения целевой аудитории 6. Определение целевой аудитории по методу 5W Марка Шеррингтона 7. Понятие лидов и их виды 8. Классификация контента по Стелзнеру 9. Способы привлечения аудитории из поисковых систем 10. Эффективность контент маркетинга. Метрики контент-маркетинга.
4	Контрольная работа/тест	1. <i>На каком этапе контент-воронки получаем конверсию:</i> a) TOFU b) MOFU c) BOFU 2. <i>Для какого сегмента размещение на сайте «горячих кнопок» по типу «количество товара ограничено» неэффективно:</i> a) B2B b) B2C c) C2C 3. <i>Как называется вид медиаплана, при котором аудитория видит рекламные сообщения с регулярной периодичностью или переменной интенсивностью:</i> a) постоянного воздействия b) пульсирующего воздействия c) сезонного воздействия

3. № пп	4. Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		d) очагового воздействия

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Собеседование/ устный опрос	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает	-	5

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях.	-	4
	Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой	-	3

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	определений.		
	Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Обучающийся способен конкретизировать обобщенные знания только с помощью преподавателя. Обучающийся обладает фрагментарными знаниями по теме коллоквиума, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала.	-	3

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы. Не получены ответы по базовым вопросам.	-	2

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Не принимал участия в собеседовании.		
Аналитические практико- ориентированных заданий	Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения проблемной ситуации продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций.	-	5
	Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные	-	4

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования);		
	Обучающийся (член рабочей группы), слабо ориентируется в материале, в рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения. Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично».	-	3
	Обучающийся (член рабочей группы), не принимал участие в работе	-	2

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
	группы. Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.			
Контрольная работа	За выполнение каждого контрольного задания испытуемому выставаются баллы по порядковой шкале (за каждое задание устанавливается максимальное количество баллов, -, три балла. Три балла выставаются за развернутый ответ, два балла - за одну ошибку, один - за две ошибки, ноль — за полностью неверный ответ или отсутствие ответа). Правила оценки всей контрольной работы: общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл, 20 баллов.	-	5	85% - 100%
		-	4	65% - 84%
		-	3	41% - 64%
		-	2	40% и менее

Наименование оценочного средства (контрольно- оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания		
		100-балльная система	Пятибалльная система	
	«2» - равно или менее 40% «3» - 41% - 64% «4» - 65% - 84% «5» - 85% - 100%			40%
		-	5	85% - 100%

5.3. Промежуточная аттестация:

5. Форма промежуточной аттестации	6. Типовые контрольные задания и иные материалы 7. для проведения промежуточной аттестации:
Зачет - в устной форме по вопросам	1. Что представляет собой контент-маркетинг. Цели контент-маркетинга 2. Что означает понятие «вечный» контент 3. Контент-маркетинг как инструмент привлечения клиентов 4. Контент-маркетинг как инструмент стратегии конкурентной борьбы

	5. Анализ контента конкурентов. Цели анализа. Методы и методики анализа. Источники анализа. Основные показатели. 6. Методы изучения аудитории 7. Виды месседжей в коммуникационных сообщениях 8. Классификация эффективного контента по Стелзнеру 9. Характеристика и виды контент-стратегий 10. Виды и структуры контент-планов 11. Этапы разработки контент-плана 12. Маркетинговый аудит контента. Основные этапы
Зачет - компьютерное тестирование	1. <i>Эффект коммуникации, генерирующий первичный спрос – это:</i> a) формирование потребности в категории b) построение осведомленности о бренде c) формирование отношения к бренду 2. <i>Что такое лид-магнит:</i> a) призыв к действию b) призыв к покупке c) обещание бонуса в обмен на контакты d) обещание бонуса в обмен на репост 3. <i>Какой термин описывает процесс классификации контента поисковыми системами?</i> a) перечисление b) сканирование c) индексация d) ранжирование 4. <i>Какие метрики являются приоритетными на 1 этапе контент-воронки, для оценки эффективности работы:</i>

	e) показатель отказов f) проведённое на странице время g) количество просмотров h) количество посетителей i) источники трафика j) глубина просмотра 5. <i>В каких случаях контент-маркетинг играет ключевую роль в продвижении (выделите все возможные варианты):</i> a) технологически сложный продукт b) товары широкого спроса c) наличие процесса d) простые востребованные услуги e) эпизодические услуги f) высокая стоимость продукта g) недифференцированные продукт
--	--

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины/модуля:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	
		Шкалы оценивания

Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
Зачет: устный опрос	Обучающийся знает основные определения, последователен в изложении материала, демонстрирует базовые знания дисциплины, владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.	-	зачтено
	Обучающийся не знает основных определений, непоследователен и сбивчив в изложении материала, не обладает определенной системой знаний по дисциплине, не в полной мере владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.	-	не зачтено
Зачет: тестирование	За выполнение каждого тестового задания испытуемому выставляются баллы. Номинальная шкала предполагает, что за правильный ответ к каждому заданию выставляется один балл, за не правильный — ноль. В соответствии с номинальной шкалой, оценивается всё задание в целом, а не какая-либо из его частей. В заданиях с выбором нескольких верных ответов, заданиях на установление правильной последовательности, заданиях на установление соответствия, заданиях открытой формы используют порядковую шкалу. В этом случае баллы выставляются не за всё задание, а за тот или иной выбор в каждом задании, например, выбор варианта, выбор соответствия, выбор ранга, выбор дополнения. В соответствии с порядковой шкалой за каждое задание устанавливается максимальное количество баллов, например, три. Три балла выставляются за все верные выборы в одном	-	зачтено 85% - 100%
		-	зачтено 65% - 84%
			зачтено 41% - 64%
		-	не зачтено 40% и менее 40%

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	задании, два балла - за одну ошибку, один - за две ошибки, ноль — за полностью неверный ответ. Правила оценки всего теста: общая сумма баллов за все правильные ответы составляет наивысший балл, например, 20 баллов. В спецификации указывается общий наивысший балл по тесту. Также устанавливается диапазон баллов, которые необходимо набрать для того, чтобы получить отличную, хорошую, удовлетворительную или неудовлетворительную оценки. Рекомендуемое процентное соотношение баллов и оценок по пятибалльной системе. «2» - равно или менее 40% «3» - 41% - 64% «4» - 65% - 84% «5» - 85% - 100%		

5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль:	-	
- контрольная работа	-	2 – 5 или зачтено/не зачтено
- домашняя работа	-	2 – 5 или зачтено/не зачтено
Промежуточная аттестация (традиционная форма)	-	отлично хорошо удовлетворительно неудовлетворительно
Итого за семестр (зачёт)	-	зачтено не зачтено

Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

100-балльная система	пятибалльная система	
	зачет с оценкой/экзамен	зачет
85 – 100 баллов	отлично зачтено (отлично)	зачтено
65 – 84 баллов	хорошо зачтено (хорошо)	
41 – 64 баллов	удовлетворительно зачтено (удовлетворительно)	
0 – 40 баллов	неудовлетворительно	не зачтено

5.6. Примерные темы курсовой работы:

- не предусмотрена

5.7. Критерии, шкалы оценивания курсовой работы

- не предусмотрена

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- проведение интерактивных лекций;
- групповых дискуссий;
- анализ ситуаций и имитационных моделей;
- преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учётом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;

- просмотр учебных фильмов с их последующим анализом;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
<i>119071, г. Москва, Малый Калужский переулок, дом 2, строение 6</i>	
аудитории для проведения занятий лекционного типа 6415	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор
аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор, – персональные компьютеры
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

8. Необходимое оборудование	9. Параметры	10. Технические требования
11. Персональный компьютер/ноутбук/планшет, 12. камера, 13. микрофон, 14. динамики, 15. доступ в сеть Интернет	16. Веб-браузер	17. Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3
	18. Операционная система	19. Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux
	20. Веб-камера	21. 640x480, 15 кадров/с
	22. Микрофон	23. любой
	24. Динамики (колонки или наушники)	25. любые
	26. Сеть (интернет)	27. Постоянная скорость не менее 192 кБит/с

Технологическое обеспечение реализации программы/модуля осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Музыкант В. Л. Д. С. Скарнев	Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн и офлайн среда)	монография	Москва Директ-Медиа	2019	https://znanium.ru/read?id=426322	
2	Шамина И.С.	SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска	монография	Вологда Инфра-Инженерия	2018	https://znanium.ru/read?id=326348	-
3	Азоев Г.Л.	Цифровые маркетинговые коммуникации: введение в профессию: учебник для вузов	учебник	Санкт-Петербург Питер	2021	https://znanium.ru/read?id=382114	
4	Романов А.А., Синяева И.М., Поляков В.А.	Маркетинговые коммуникации	учебник	Москва: Вузовский учебник ИНФРА-М	2022	https://znanium.ru/read?id=400303	
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Шевченко, Д. А.	Коммуникационная политика в	учебник	Москва ИНФРА-М	2022	https://znanium.ru/read?id=397745	-

		некоммерческой сфере					
2	Кузнецов, П. А.	Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR- технологии	практическое пособие	Москва Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°	2023	https://znanium.ru/read?id=431607	-
3	Пономарева А.М.	Креатив и копирайтинг в коммуникационном маркетинге	учебник	Москва ИНФРА-М	2017	https://znanium.ru/read?id=15743	-
10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							
1	Баймешова С.П., Мореева Е.В	Подготовка и защита выпускных квалификационных работ	Учебно- методическое пособие	Москва ФГБОУ ВО «РГУ им. А.Н. Косыгина»	2025	ИСИ	10

11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

11.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

№ пп	Наименование, адрес веб-сайта
1.	ЭБС «Лань» http://www.e.lanbook.com/
2.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» http://znanium.com/
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» http://znanium.com/
4.	ЭБС издательства «ЮРАЙТ» http://www.biblio-online.ru

	Профессиональные базы данных, информационные справочные системы
1.	http://www.scopus.com
2.	http://elibrary.ru
3.	http://www.garant

11.2. Перечень программного обеспечения

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	Microsoft® Windows® XP Professional Russian Upgrade/Software Assurance Pack Academic OPEN No Level, артикул E85-00638;	№ лицензия 18582213 от 30.12.2004 (бессрочная корпоративная академическая лицензия);
2.	Microsoft Windows XP Professional Russian Upgrade, Software Assurance Pack Academic Open No Level	лицензия № 44892219 от 08.12.2008
3.	Adobe Reader	(свободно распространяемое).
4.	Google Chrome	(свободно распространяемое).
5.	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition, 250-499 Node 1 year Educational Renewal License	лицензия №17ЕО-171228-092222-983-1666 от 28.12.2017

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**

В рабочую программу учебной дисциплины/модуля внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

№ п/п	год обновления РПД	характер изменений/обновлений с указанием раздела	номер протокола и дата заседания кафедры