

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич  
Должность: и.о. ректора  
Дата подписания: 24.04.2024 16:36:00  
Уникальный программный ключ:  
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«ТОМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Председатель КСН  
*Бессов* М.Л. Белоножко

« 10 » 06 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: Разработка и продвижение контента

направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

направленность: Рекламный медиа-бизнес

форма обучения: очная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 22 апреля 2019г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, направленность: Рекламный медиа-бизнес к результатам освоения дисциплины «Разработка и продвижение контента»

Рабочая программа рассмотрена  
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 13 от «07» июня 2019 г.

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоношко

Рабочую программу разработал:

А.В. Калинина, доцент кафедры МиМУ, к.и.н,



## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

**Цель дисциплины:** Сформировать у обучающихся знание, умение и навыки квалифицированного и компетентного представления о системе разработки и продвижения контента в области рекламы и связях с общественностью.

### **Основными задачами изучения курса являются:**

1. Дать характеристику ключевым принципам копирайтинга и рерайта с учетом современных тенденций создания и продвижения контента и норм законодательства Российской Федерации в области интеллектуальной собственности и защиты информации;
2. Раскрыть возможности работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами для формирования актуального контента;
3. Оценка текстовых материалов на соответствии целям продвижения и адекватности интегрированности в контекст;
4. Обоснование решений по созданию контента для внутренней поисковой оптимизации и размещения в современных медиа.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Разработка и продвижение контента» относится к дисциплинам части Блока 1, формируемого участниками образовательных отношений учебного плана.

Для полного усвоения данной дисциплины, обучающиеся должны знать следующие разделы ФГОС: «Разработка и реализация коммуникационных стратегий», «Современная медиа индустрия», «Креативные технологии в информационном пространстве», «Рекламы и связи с общественностью в различных отраслях».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

### **Знание:**

- закономерностей разработки и реализации коммуникационных стратегий, особенности продвижения рекламных и пиар-продуктов в современной медиаиндустрии и в различных отраслях.

### **Умения:**

- осуществлять профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования разрабатываемых коммуникационных стратегий.

### **Владение:**

- навыками применения креативных технологий в информационном пространстве для создания контента.

Содержание дисциплины «Разработка и продвижение контента» служит основой для освоения дисциплин: «Дискурс-анализ текстов в коммуникациях», «Цифровой дизайн и визуальная культура».

## 3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
<b>ПКС-3.</b> Способен осуществлять авторскую	<b>Знать</b> ПКС-3. 3.3.2. знает принципы копирайтинга и рерайта	ПКС-3. 3.3.2. <b>Знает</b> принципы копирайтинга и рерайта

<p>деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p><b>Уметь ПКС-3. У.3.1.</b> умеет работать с большими объемами информации <b>Уметь ПКС-3. У.3.2.</b> Умеет писать тексты литературным, техническим и рекламным языком <b>Уметь ПКС-3. У.3.3.</b> Умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты <b>Уметь ПКС-3. У.3.4.</b> умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты</p>	<p><b>Умеет</b> работать с большими объемами информации (ПКС-3. У.3.1), писать тексты литературным, техническим и рекламным языком (ПКС-3. У.3.2.), реферировать, аннотировать и модифицировать тексты (ПКС-3. реферировать, аннотировать и модифицировать тексты (ПКС-3. У.3.4).</p>
<p><b>ПКС -4.</b> Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и оффлайн коммуникаций</p>	<p><b>Владеть ПКС-3. В.3.2.</b> Умеет формировать задания для исправления веб-писателям, публикаторам, веб-дизайнерам и веб-мастерам <b>Владеть ПКС-3. В.3.3.</b> Адаптирует текстовые материалы для внутренней поисковой оптимизации <b>Владеть ПКС-3. В.3.4.</b> Владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт) <b>Владеть ПКС-3. В.3.5.</b> Владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг) <b>Владеть ПКС-3. В.3.6.</b> владеет поисковой оптимизацией и адаптацией текстовых материалов</p>	<p><b>Владеет:</b> навыками формирования заданий для исправления веб-писателям, публикаторам, веб-дизайнерам и веб-мастерам (ПКС-3.В.3.2.); Навыками адаптивирования текстовых материалов для внутренней поисковой оптимизации (ПКС-3.В.3.3); навыками переработки текстов различной тематики (рерайт) (ПКС-3.В.3.4); написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг) (ПКС-3.В.3.5); навыками адаптация текстовых материалов для поисковой оптимизации (ПКС-3.В.3.6.).</p>
	<p><b>Знать ПКС-4. З.4.2.</b> Знает основы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами</p>	<p><b>Знает</b> основы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами (ПКС-4. З.4.2).</p>
	<p><b>Уметь ПКС-4. У.4.1.</b> умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями <b>Уметь ПКС-4. У.4.2.</b> умеет работать с большими объемами информации</p>	<p><b>Умеет:</b> умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ПКС-4. У.4.1); умеет работать с большими объемами информации (ПКС-4. У. 4.2.)</p>
	<p><b>Владеть ПКС-4. В.4.1.</b> владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ <b>Владеть ПКС-4. В.4.2.</b> владеет основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках</p>	<p><b>Владеет:</b> навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ПКС-4. В.4.1); основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках (ПКС-4. В.4.2)</p>

#### 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	2/3	20	10	-	78	Зачет, курсовая работа

#### 5. Структура и содержание дисциплины

##### 5.1. Структура дисциплины.

##### очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Понятие и сущность контента в контексте целей и задач рекламных и PR коммуникаций	4	2	-	18	24	ПКС-3.3.3.1.;3.5 ПКС-3. 3.3.7. ПКС-3. У.3.1. ПКС-3. У.3.2. ПКС-3. У.3.3. ПКС-3. У.3.5. ПКС-3. У.3.6 ПКС-4. 3.4.9. ПКС-4. У.4.2. ПКС-4. У.4.5. ПКС-4. В.4.10.	Дискуссия Доклад Творческое задание
2	2	Этапы создания и продвижения контента	6	2	-	20	28	ПКС-3. 3.3.7. ПКС-3. У.3.1. ПКС-3. У.3.2. ПКС-3. У.3.3. ПКС-3. У.3.5. ПКС-4. 3.4.9. ПКС-4. У.4.2. ПКС-4. У.4.5. ПКС-4. В.4.1. ПКС-4. В.4.10.	Дискуссия Доклад Творческое задание
3	3	Типы и виды контента	4	2	-	20	26	ПКС-3. 3.3.1.;3.5 ПКС-3. У.3.1. ПКС-3. У.3.2. ПКС-3. У.3.5. ПКС-3. У.3.6 ПКС-4. 3.4.9. ПКС-4. У.4.2. ПКС-4. У.4.5. ПКС-4. В.4.1.	Дискуссия Доклад
4	4	Работа с текстом и контентом в процессе ре-райта и копирайта	6	4	-	20	30	ПКС-3.3.3.1.;3.5 ПКС-3. У.3.1. ПКС-3. У.3.2. ПКС-3. У.3.3. ПКС-3. У.3.5. ПКС-3. У.3.6 ПКС-4. 3.4.9. ПКС-4. У.4.2. ПКС-4. У.4.5. ПКС-4. В.4.1. ПКС-4. В.4.10.	Творческое задание Подготовка к тестированию
5	Курсовая работа		-	-	-	-	-	ПКС-3. 3.3.1.;3.5 ПКС-3. 3.3.7. ПКС-3. У.3.1. ПКС-3. У.3.2.	Курсовая работа

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
								ПКС-3. У.3.3. ПКС-3. У.3.5. ПКС-3. У.3.6 ПКС-4. 3.4.9. ПКС-4. У.4.2. ПКС-4. У.4.5. ПКС-4. В.4.1. ПКС-4. В.4.10.	
Итого:			20	10	-	78	108		

### **заочная форма обучения (ОФО)**

Не реализуется.

### **Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)**

Не реализуется.

## **5.2. Содержание дисциплины.**

### **5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).**

**Раздел 1.** «Понятие и сущность контента в контексте целей и задач рекламных и PR коммуникаций».

Понятие «контента» в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Цели и задачи создания контента в интернет среде. Инструменты продвижения контента. Нормативно-правовые документы Российской Федерации в области интеллектуальной собственности и защиты информации. Авторское право. Принципы этики в сфере создания и использования контента. Проблемы эффективности контент-маркетинга

### **Раздел 2.** «Этапы создания и продвижения контента».

Основные этапы создания и продвижения контента. Адресаты (целевая аудитория) и их психографическое сегментирование. «Аватар» клиента. Предпочтения ЦА в потреблении контента. Идея и концепция. Контент-планирование. Структура подачи информации. Стилистические и жанровые особенности подачи информации. «Золотое правило» стороннего, авторского и рекламного контента в структуре контент-планирования

### **Раздел 3.** «Типы и виды контента».

Контент-маркетинг. Процесс эволюции исходящего (outbound) маркетинга во входящий (inbound). Типы и виды контента в современном мире. Нативная реклама и ее виды. Создание и продвижение Модификация формы подачи информации. Статьи, eBook, слайдшоу. Новостные e-mail рассылки. Фотографии, видео. События. Блоги. Брендированные сервисы. Инфографика. Микросайты. Мобильные приложения. Подкасты. Взаимосвязь тематики контента и ключевых слов в SEO (поисковой оптимизации).

### **Раздел 4.** «Работа с текстом и контекстом в процессе рерайта и копирайта».

Методы генерации текста. Техническое задание и его корректировка Мониторинг новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках для актуализации и постановки проблемы. Работа с текстом и контекстом. Элементы работы над текстом. Написание и редактирование текстов для различных интернет сервисов. Авторский контент: разновидности и способы создания «Риторические фигуры» (Р.Барт) мифотворчества,

используемые в рекламных и PR-текстах: отождествление, лишение истории, квантификация, «присоединение» и др. Сервисы для автоматической проверки текстов: преимущества и ограничения использования.

### 5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

#### Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	4	-	-	Понятие и сущность контента в контексте целей и задач рекламных и PR коммуникаций
2	2	6	-	-	Этапы создания и продвижения контента
3	3	4	-	-	Типы и виды контента
4	4	6	-	-	Работа с текстом и контекстом в процессе рерайта и копирайта
Итого:		20	X	X	

#### Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	2	-	-	Понятие и сущность контента в контексте целей и задач рекламных и PR коммуникаций
2	2	2	-	-	Этапы создания и продвижения контента
3	3	2	-	-	Типы и виды контента
4	4	4	-	-	Работа с текстом и контекстом в процессе рерайта и копирайта
Итого:		10	X	X	X

#### Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

#### Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	18	-	-	Понятие и сущность контента в контексте целей и задач рекламных и PR коммуникаций	Подготовка к дискуссии Подготовка доклада Повторение пройденного материала для выполнения творческого задания
2	2	20	-	-	Этапы создания и продвижения контента	Подготовка к дискуссии Подготовка доклада Повторение пройденного ма-

						териала для выполнения творческого задания
3	3	20	-	-	Типы и виды контента	Подготовка к дискуссии Подготовка доклада
4	4	20	-	-	Работа с текстом и контекстом в процессе рерайта и копирайта	Повторение пройденного материала для выполнения творческого задания Подготовка к тестированию
5	1-4		-	-	-	Написание курсовой работы
Итого:		78	X	X	X	X

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- 
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

### **6. Тематика курсовых работ/проектов**

1. Анализ рекламного контента продвижения товаров (услуг) предприятия (на выбор).
2. Профессиональная деятельность копирайтера в современном мире: особенности мультикультурных коммуникаций, национальная специфика копирайтинга.
3. Жанровые особенности контента в зависимости от платформы (размещения) и вкусовых информационных предпочтений целевой аудитории.
4. Междисциплинарный характер копирайтинга. Влияние экстралингвистических факторов на разработку и понимание рекламного и PR- текста.
5. Когнитивная модель обработки текста. Особенности копирайта и рерайта.
6. Стилистические приемы для создания жанрового разнообразия рекламного и PR - контента.
7. Мотивирующие тексты и потребности целевой аудитории. Осознанные и латентные потребности аудитории в качестве ядра целевых действий.
8. Простые и сложные виды апеллирования в рекламных текстах. Анализ контента социальных сетей (любой фирмы/предприятия на выбор).
9. Перевод потребностей в мотивационные рекламные структуры при создании актуализированного контента.
10. . Апеллирование как часть рекламных коммуникативных стратегий.
11. . Виды рекламных аргументов и специфика их использования в социальных медиа (социальных сетях).
12. . Оптимальное соотношение эмоциональных и рациональных компонентов в продвигающем контенте имиджа и продукции (услуг) фирмы.
13. .. Возможности применения мифотехнологий для создания контента.
14. Основные принципы стратегических, профессиональных подходов к разработке и продвижению рекламных текстов.
15. Критерии эффективности продвигающих текстов. Оценка контента и методы его усовершенствования для решения практических задач бизнеса.

### **7. Контрольные работы**

Контрольные работы не предусмотрены



## 8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Понятие и сущность контента в контексте целей и задач рекламных и PR коммуникаций. Дискуссия	10
1.2	Понятие и сущность контента в контексте целей и задач рекламных и PR коммуникаций. Доклад	10
1.3.	Понятие и сущность контента в контексте целей и задач рекламных и PR коммуникаций. Творческое задание	10
1.4	Этапы создания и продвижения контента. Дискуссия	10
1.5	Этапы создания и продвижения контента. Доклад	10
ИТОГО за первую текущую аттестацию		<b>50</b>
2 текущая аттестация		
2.1	Этапы создания и продвижения контента. Творческое задание	10
2.2	Типы и виды контента. Дискуссия	10
2.3	Типы и виды контента. Доклад	10
2.4	Работа с текстом и контекстом в процессе рерайта и копирайта. Творческое задание	10
2.5	Работа с текстом и контекстом в процессе рерайта и копирайта. Тестирование	10
ИТОГО за вторую текущую аттестацию		<b>50</b>
<b>ВСЕГО</b>		<b>100</b>

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М. Губкина;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВПО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Перспект»;
- ЭБС «Консультант студент»,

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. MicrosoftOfficeProfessionalPlus;
2. Windows 8

## **10. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

## **11. Методические указания по организации СРС**

11.1. Методические указания по подготовке к практическим занятиям.

На практических занятиях обучающиеся выполняют практические задания в рамках изучаемой темы: принимают участие в дискуссии, демонстрируют тематические презентации, участвуют в деловой игре. Также возможен устный и письменный опросы обучающихся по пройденному материалу.

Для эффективной работы обучающиеся должны иметь на практическом занятии конспекты лекций.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся по направлениям магистратуры, всех форм обучения / сост. М.Л. Белоножко, С.С. Ситёва; Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019 – 16 с.

### Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: Разработка и продвижение контента  
 Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью  
 Программа: Рекламный медиа-бизнес

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ПКС-3.	Знать: ПКС-3. знает принципы копирайтинга и рерайта (3.3.1.; 3.5.)	Не знает принципы копирайтинга и рерайта	Демонстрирует отдельные знания принципов копирайтинга и рерайта	Демонстрирует достаточные знания принципов копирайтинга и рерайта	Демонстрирует исчерпывающие знания принципов копирайтинга и рерайта
	Уметь: работать с большими объемами информации (ПКС-3.У.3.1.)	Не умеет работать с большими объемами информации	Демонстрирует отдельные умения работы с большими объемами информации	Демонстрирует отдельные умения работы с большими объемами информации	Умеет работать с большими объемами информации на достаточном уровне для выполнения профессиональных задач
	Уметь: писать тексты литературным, техническим и рекламным языком (ПКС-3.У.3.2; 3.5)	Не умеет писать тексты литературным, техническим и рекламным языком	Демонстрирует отдельные умения написания текстов литературным, техническим и рекламным языком	Хорошо умеет писать тексты литературным, техническим и рекламным языком	В совершенстве умеет писать тексты литературным, техническим и рекламным языком
	Уметь реферировать, аннотировать и модифицировать тексты (ПКС-3.У.3.3.; У.3.6)	Не умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты	Демонстрирует отдельные умения реферирования, аннотирования и модификации текстов	Хорошо умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты	В совершенстве умеет реферировать, аннотировать и модифицировать тексты

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
	Владеть: навыками формирования заданий для исправления веб-писателям, публикаторам, веб-дизайнерам и веб-мастерам(ПКС-3.В.3.3.)	Не владеет навыками формирования заданий для исправления веб-писателям, публикаторам, веб-дизайнерам и веб-мастерам	Частично владеет навыками формирования заданий для исправления веб-писателям, публикаторам, веб-дизайнерам и веб-мастерам	Демонстрирует хорошие навыки по формированию заданий для исправления веб-писателям, публикаторам, веб-дизайнерам и веб-мастерам	В совершенстве владеет навыками формирования заданий для исправления веб-писателям, публикаторам, веб-дизайнерам и веб-мастерам
	Владеть: навыками адаптации текстовых материалов для внутренней поисковой оптимизации(ПКС-3В.3.4)	Не владеет навыками адаптации текстовых материалов для внутренней поисковой оптимизации	Частично владеет навыками адаптации текстовых материалов для внутренней поисковой оптимизации	Хорошо адаптирует текстовые материалы для внутренней поисковой оптимизации	В совершенстве владеет навыками адаптации текстовых материалов для внутренней поисковой оптимизации
	Владеть: навыками переработки текстов различной тематики (рерайт)(ПКС-3.В.3.6)	Не владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт)	Частично владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт)	Хорошо перерабатывает тексты различной тематики (рерайт)	В совершенстве владеет навыками переработки текстов различной тематики (рерайт)
	Владеть: навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг) (ПКС-3.В.3.7.)	Не владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)	Частично владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)	Демонстрирует хорошие навыки написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)	В совершенстве владеет навыками написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг)
	Владеть: навыками поисковой оптимизации и адаптацией текстовых материалов (ПКС-3.В.3.8.)	Не владеет навыками поисковой оптимизации и адаптацией текстовых материалов	Частично владеет поисковой оптимизацией и адаптацией текстовых материалов	Хорошо владеет навыками поисковой оптимизации и адаптацией текстовых материалов	В совершенстве владеет навыками поисковой оптимизации и адаптацией текстовых материалов

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ПКС-4	<i>Знает</i> основы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами (ПКС-4.З.4.9.)	Не знает основы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами	Частично знает основы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами	Хорошо знает основы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами	В совершенстве знает основы работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами
	<i>Умеет</i> выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями (ПКС-4.У.4.2.)	Не умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	Демонстрирует отдельные умения выступления на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	Хорошо умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями	В совершенстве умеет выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями
	<i>Умеет</i> работать с большими объемами информации (ПКС-4.У.4.5.)	Не умеет работать с большими объемами информации	Частично умеет работать с большими объемами информации	Хорошо умеет работать с большими объемами информации	В совершенстве умеет работать с большими объемами информации
	<i>Владеет</i> навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ (ПКС-4.В.4.1)	Не владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	Демонстрирует отдельные навыки подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	Хорошо владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	В совершенстве владеет навыками подготовки предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ПКС-4	<i>Владеет</i> основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках ПКС-4. В.4.10.	Не владеет основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках	Демонстрирует отдельные навыки владения основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках	Хорошо владеет основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках	В совершенстве владеть основами мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках

**КАРТА**

**обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина: Разработка и продвижение контента

Код, направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Программа: Рекламный медиа-бизнес

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Электронный ресурс] / П. А. Кузнецов. - 2-е. - [Б. м.] : Дашков и К, 2018. - 131 с. <a href="https://e.lanbook.com/book/103778">https://e.lanbook.com/book/103778</a>	ЭР	15	100	+
2	SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска [Электронный ресурс] / И. С. Шамина [и др.]. - Москва : Инфра-Инженерия, 2018. - 260 с. - ISBN 978-5-9729-0210-1 Книга находится в премиум-версии ЭБС IPRBOOKS.	ЭР	15	100	+
3	Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO [Электронный ресурс] : От идеи до первых клиентов / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. - Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO, 2022-08-16. - Москва : Инфра-Инженерия, 2017. - 268 с. - Книга находится в премиум-версии ЭБС IPR BOOKS.	ЭР	15	100	+
4.	Луговой, Д. Б. Копирайтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Луговой Д. Б. - Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. - 131 с. Книга находится в Премиум-версии ЭБС IPRbooks.	ЭР	15	100	+

Заведующий кафедрой МиМУ  М.Л. Белоножко

Директор БИК  Д.Х. Калюкова



**Дополнения и изменения  
к рабочей программе дисциплины**

Разработка и продвижение рекламного продукта в цифровой среде  
на 2023 - 2024 учебный год

С учётом развития науки, практики, технологий и социальной сферы, а также результатов мониторинга потребностей работодателей, в рабочую программу вносятся следующие дополнения (изменения):

№	Вид дополнений/изменений	Содержание дополнений/изменений, вносимых в рабочую программу
1	Актуализация современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем	<p>Изложить п.9.2 в следующей редакции: 9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ <a href="http://webirbis.tsogu.ru/">http://webirbis.tsogu.ru/</a></li> <li>– Цифровой образовательный ресурс – библиотечная система IPR SMART — <a href="https://www.iprbookshop.ru/">https://www.iprbookshop.ru/</a></li> <li>– Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <a href="http://www.studentlibrary.ru">www.studentlibrary.ru</a></li> <li>– Электронно-библиотечная система «Лань» <a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a></li> <li>– Образовательная платформа ЮРАЙТ <a href="http://www.urait.ru">www.urait.ru</a></li> <li>– Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <a href="http://www.elibrary.ru">http://www.elibrary.ru</a></li> <li>– Национальная электронная библиотека (НЭБ)</li> <li>– Библиотеки нефтяных вузов России :</li> <li>– Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина <a href="http://elib.gubkin.ru/">http://elib.gubkin.ru/</a>,</li> <li>– Электронная библиотека Уфимского государственного нефтяного технического университета <a href="http://bibl.rusoil.net/">http://bibl.rusoil.net/</a> ,</li> <li>– Библиотечно-информационный комплекс Ухтинского государственного технического университета УГТУ <a href="http://lib.ugtu.net/books">http://lib.ugtu.net/books</a></li> <li>– Электронная справочная система нормативно-технической документации «Технорматив»</li> <li>– ЭКБСОН - информационная система доступа к электронным каталогам библиотек сферы образования и науки</li> </ul>

Дополнения и изменения внес:

профессор кафедры МиМУ, д.социол.н.



Г.И. Герасимова

Дополнения (изменения) в рабочую программу рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Заведующий кафедрой  
«15» мая 2023 г.



М.Л. Белоношко