

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы контент-маркетинга»

Дисциплина «Основы контент-маркетинга» является частью программы бакалавриата «Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)» по направлению «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины — формирование способности организовывать маркетинговые исследования, в том числе в области СМИ (ПК-1.1) создавать и редактировать информационные материалы для сайта, вести новостные ленты и представительства в социальных сетях (ПК-2.1.); анализировать информационные потребности посетителей сайта (ПК-2.2.).

Задачи: формирование знаний: - основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации; - принципы копирайтинга и рерайта; - законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет; - основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок); - технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте. - терминологию и ключевые параметры веб-статистики; - основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов; - популярные сервисы для сбора веб-статистики. формирование умений: - использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты; - находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; - выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию, в том числе СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей; - составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования. - реферировать, аннотировать и модифицировать тексты; владеть текстовым редактором; - составлять краткие и развернутые тексты объявлений для размещения на сайте, в социальных сетях, форумах и на тематических порталах; писать аннотации к событиям и новостям; - размещать новости на сайте и в социальных сетях, контролировать правильность работы RSS-каналов и механизмов кросспостинга; - работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами. - пользоваться сервисами для оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта; пользоваться функциями CMS и социальных сетей для оценки посещаемости. формирование навыков: - поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке, в том числе продукции СМИ; - определение целевой аудитории потребителей, в том числе продукции СМИ. - переработки текстов различной тематики (рерайт); написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг); - поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов; - ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте; - анализа посещаемости ресурса, наиболее популярных страниц, обобщенных характеристик аудитории сайта; - оценки эффективности работы сайта..

Изучаемые объекты дисциплины

- Контент-стратегия; - Средства создания мультимедийного контента;
- Технологические платформы, позволяющие производить, распространять и анализировать веб-контент.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		3	4
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	72	36	36
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)			
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	64	32	32
- контроль самостоятельной работы (КСР)	8	4	4
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	144	72	72
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет	9		9
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	216	108	108

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
3-й семестр				
Тема 3 Каналы контент-маркетинга.	0	0	2	8
Каналы, форматы, трансмедийная коммуникация.				
Раздел 2. Создание мультимедийного контента	0	0	0	0
Раздел 2. Создание мультимедийного контента				
Тема 6. Текстовый контент.	0	0	4	8
Форматы и особенности текстового контента в digital-среде, требования к тексту.				
Раздел 1. Стратегия в контент-маркетинге	0	0	0	0
Раздел 1. Стратегия в контент-маркетинге				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Стратегическая сессия по разработке стратегий контент-маркетинга.	0	0	4	8
Мозговой штурм по контент-планированию				
Тема 1. Вводная дискуссия «Content marketing and Digital PR»	0	0	2	6
Интегрированные коммуникации в веб-среде, достижение маркетинговых и PR-целей в веб-среде.				
Тема 7. Визуальный контент.	0	0	6	12
Средства визуализации, инфографика, анимация, видео и т.д. Средства создания визуального контента.				
Тема 8. Визуализация данных.	0	0	4	8
Способы и сервисы визуализации данных: Infogram, Piktochart, Visually и т.д.				
Тема 4. Форматы коммуникации в digital-среде.	0	0	4	8
Медиа-микс, мультиплатформенная коммуникация, трансмедийный сторителлинг и т.д.				
Тема 2. Контент-стратегия.	0	0	4	8
Цели, задачи, целевые аудитории, анализ конкурентов, SWOT, ключевые сообщения, tone of voice, content marketing frameworks, KPI и т.д. Customer journey map.				
Тема 5. Контент-планирование.	0	0	2	6
Mindmapping, форматы контент-планов.				
ИТОГО по 3-му семестру	0	0	32	72
4-й семестр				
Тема 11. Контентные проекты.	0	0	6	12
Обзор решений, кейсов, сервисов. Tilda, Readymag.				
Тема 9. Видеоконтент.	0	0	4	10
Видео как один из ключевых типов контента. Форматы видео для веба. Видео для соцсетей. Трансляции.				
Воркшоп по разработке контента	0	0	4	8
Воркшоп по разработке контента				
Раздел 3. Дистрибуция контента	0	0	0	0
Раздел 3. Дистрибуция контента				
Тема 14. Оценка эффективности контент-маркетинга.	0	0	4	10
Средства веб-аналитики (Яндекс.Метрика,				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Google Analytics Similarweb), аналитика соцсетей и т.д.				
Тема 10. Интерактивный контент.	0	0	6	12
Геймификация, средства создания интерактивного мультимедийного контента. Интерактивная инфографика, карты, таймлайны, ментальные карты и т.д.				
Тема 13. Поисковая оптимизация контента.	0	0	4	8
Инструменты и технологии поисковой оптимизации. Яндекс. Вордстат, Google Trends.				
Тема 12. Другие каналы контент-маркетинга.	0	0	4	12
Корпоративные блоги, рассылки, соцсети, мессенджеры.				
ИТОГО по 4-му семестру	0	0	32	72
ИТОГО по дисциплине	0	0	64	144