

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

### «Производство цифрового контента (веб-райтинг)»

Дисциплина «Производство цифрового контента (веб-райтинг)» является частью программы магистратуры «Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях» по направлению «42.04.01 Реклама и связи с общественностью».

### **Цели и задачи дисциплины**

Цель - формирование способности управлять нематериальными активами (брендами) в организации, в т.ч. внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации; формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта ; использовать технические средства и интегрировать современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта  
Задачи: Знать: инструменты бренд-менеджмента (веб-райтинг); состав процесса оперативного планирования в интернет-коммуникациях Уметь: определять конкурентоспособность веб-текстов; использовать инструменты (веб-райтинг) проектного управления успешными брендами; проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; формировать имидж и деловую репутацию организации; продвигать товары (услуги) организации на рынок; формировать целевой репутационный образ высокотехнологичного проекта и продукта; проводить анализ результативности интернет-коммуникаций Владеть навыками: разработки мер по внедрению инновационных товаров (услуг); создания нематериальных активов (брендов) в организации; использования технических средства и интеграции современных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью; разработки комплекса мероприятий по привлечению новых потребителей товаров (услуг) в интернет-коммуникациях формирования целевого репутационного образа высокотехнологичного проекта и продукта; реализации программ повышения потребительской лояльности к товарам (услугам, брендам) организации; формирования каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации в интернет-коммуникациях..

### **Изучаемые объекты дисциплины**

веб-райтинг копирайтинг SEO-копирайтинг LSI-копирайтинг UX-копирайтинг.

## Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		2	
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	29	29	
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:			
- лекции (Л)	9	9	
- лабораторные работы (ЛР)			
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	16	16	
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4	
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	43	43	
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен			
Дифференцированный зачет			
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)			
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	72	72	

## 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
<b>2-й семестр</b>				
Тема 5. UX-копирайтинг	1	0	5	10
Специфика текстов для интерфейса. UX-копирайтинг как часть UX-дизайна. Tone of voice и редполитика. UX-исследования. Job Stories и Storyframes. Оценка эффективности UX-текстов				
Тема 2. Типы текстового контента в интернете	1	0	1	3
Каналы веб-копирайтинга. Сайт, лендинг, блог, социальные сети, рассылка, приложение, контекстная реклама.				
Тема 3. Сайт. Специфика текстов для сайта	2	0	5	10
Главная страница и интерфейс сайта. Текст о компании. Новость. Статья. «Полезный» контент на сайте. Tone of voice и редполитика. SEO-оптимизация контента сайта. LSI-копирайтинг				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Тема 6. Тексты для прочих каналов коммуникации.	2	0	2	10
Е-mail-рассылка. Тексты для блога. Мультимедийный лонгрид. Описание товара, отзыв. Посадочной страницы. Контекстная реклама.				
Тема 4. Тексты для социальных сетей. SMM-копирайтинг.	2	0	3	10
Контент репутационный, «полезный», «вовлекающий», развлекательный, пользовательский, продающий. Пост, рассылка, подкаст, мем, новость, описание страницы, кейс, отзыв, комментарий.				
Тема 1. Введение в проблему. Веб-райтинг	1	0	0	0
Типы текстопорождения в интернете: рерайтинг, копирайтинг, SEO-копирайтинг, LSI-копирайтинг, SMM-копирайтинг, UX-копирайтинг.				
ИТОГО по 2-му семестру	9	0	16	43
ИТОГО по дисциплине	9	0	16	43