

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Максимов Алексей Борисович  
Должность: директор департамента по образовательной политике  
Дата подписания: 24.11.2023 10:15:19  
Уникальный программный ключ:  
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)**

Факультет Экономики и управления



## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **«Управление контентом в социальных сетях»**

Направление подготовки

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Профиль

**«Реклама и связи с общественностью в цифровых медиа»**

Квалификация

**Бакалавр**

Формы обучения

**Очная, очно-заочная, заочная**

Москва 2023 г.

**Разработчик(и):**

ст. преподаватель



/О. Е. Горлова/

**Согласовано:**

Заведующий кафедрой «Реклама и связи с  
общественностью в медиаиндустрии»,  
к.э.н., доцент



/Ю.О. Алтунина/

## Содержание

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 1.  | Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине.....  | 3  |
| 2.  | Место дисциплины в структуре образовательной программы .....   | 4  |
| 3.  | Структура и содержание дисциплины.....   | 4  |
| 3.1 | Виды учебной работы и трудоемкость .....   | 4  |
| 3.2 | Тематический план изучения дисциплины .....  | 6  |
| 3.3 | Содержание дисциплины .....  | 8  |
| 3.4 | Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий .....   | 9  |
| 3.5 | Тематика курсовых проектов (курсовых работ) .....  | 10 |
| 4.  | Учебно-методическое и информационное обеспечение.....  | 10 |
| 4.1 | Нормативные документы и ГОСТы .....  | 10 |
| 4.2 | Основная литература .....  | 10 |
| 4.3 | Электронные образовательные ресурсы.....   | 11 |
| 4.4 | Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение .....   | 11 |
| 4.5 | Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....  | 11 |
| 5.  | Материально-техническое обеспечение.....   | 12 |
| 6.  | Методические рекомендации .....  | 12 |
| 6.1 | Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения .....  | 12 |
| 6.2 | Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....   | 12 |
| 7.  | Фонд оценочных средств .....   | 13 |
| 7.1 | Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины. Формы контроля формирования компетенций .....              | 13 |
| 7.2 | Показатели и критерии оценивания компетенций при изучении дисциплины, описание шкал оценивания.....  | 14 |
| 7.3 | Методические материалы (типовые контрольные задания), определяющие результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения ..... | 15 |

## 1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель изучения дисциплины «**Управление контентом в социальных сетях**»

» – освоение обучающимися бакалавриата теоретических знаний, практических навыков и формирование профессиональных компетенций применительно к научно – исследовательской деятельности в профессиональной сфере.

**Целями** изучения дисциплины «Управление контентом в социальных сетях» являются:

- формирование знаний получение знаний о создании контента и управлении контентом Интернет-ресурсов с веб-ориентированной информационной архитектурой и контент-ориентированными бизнес-процессами;
- приобретение практических навыков организации и управления контентом в социальных сетях Интернет.

Основные **задачи** изучения дисциплины:

- формирование знаний о контенте социальных сетей Интернет;
- ознакомление со специальными и специфическими областями управления контентом в социальных сетях Интернет;
- развитие практических навыков освоения управления контентом в социальных сетях Интернет.

Обучение по дисциплине «**Управление контентом в социальных сетях**» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

| <b>Код и наименование компетенций</b>  | <b>Индикаторы достижения компетенции</b>   |
|--|--|
| УК-2<br>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации  |
| УК-5<br>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах   | ИУК-5.1. Анализирует и интерпретирует события, современное состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах<br>ИУК-5.2. Осознает систему общечеловеческих ценностей, понимает значение для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений<br>ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции |

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Управление контентом в социальных сетях» относится к части, формируемой участниками образовательного процесса Блока Б.1 «Дисциплины (модули)».

## 3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(е) единиц(ы) (108\_ часа).

### 3.1 Виды учебной работы и трудоемкость (по формам обучения)

#### 3.1.1. Очная форма обучения

| № п/п    | Вид учебной работы                 | Количество часов | Семестры |   |
|----------|------------------------------------|------------------|----------|---|
|          |                                    |                  | 7        | - |
| <b>1</b> | <b>Аудиторные занятия</b>          | <b>54</b>        | 54       | - |
|          | В том числе:                       |                  |          |   |
| 1.1      | Лекции                             | 18               | 18       | - |
| 1.2      | Семинарские/практические занятия   | 36               | 36       |   |
| 1.3      | Лабораторные занятия               | -                | -        |   |
| <b>2</b> | <b>Самостоятельная работа</b>      | <b>54</b>        | 54       | - |
|          | В том числе:                       |                  |          |   |
| 2.1      | Подготовка к практическим занятиям |                  |          |   |
| 2.2      | Тестирование                       |                  |          |   |
|          |                                    |                  |          |   |
| <b>3</b> | <b>Промежуточная аттестация</b>    |                  |          |   |
|          | Зачет/диф.зачет/экзамен            |                  | экзамен  |   |
|          | <b>Итого</b>                       | <b>108</b>       | 108      |   |

#### 3.1.2. Очно-заочная форма обучения

| № п/п    | Вид учебной работы                 | Количество часов | Семестры |   |
|----------|------------------------------------|------------------|----------|---|
|          |                                    |                  | 7        | - |
| <b>1</b> | <b>Аудиторные занятия</b>          | <b>36</b>        | 36       | - |
|          | В том числе:                       |                  |          |   |
| 1.1      | Лекции                             | -                | -        | - |
| 1.2      | Семинарские/практические занятия   | 12               | 12       | - |
| 1.3      | Лабораторные занятия               | 24               | 24       | - |
| <b>2</b> | <b>Самостоятельная работа</b>      | <b>72</b>        | 72       |   |
|          | В том числе:                       |                  |          |   |
| 2.1      | Подготовка к практическим занятиям |                  |          |   |
| 2.2      | Тестирование                       |                  |          |   |
|          |                                    |                  |          |   |
| <b>3</b> | <b>Промежуточная аттестация</b>    |                  |          |   |
|          | Зачет/диф.зачет/экзамен            |                  | экзамен  |   |
|          | <b>Итого</b>                       | <b>108</b>       | 108      |   |

#### 3.1.3. Заочная форма обучения

| №<br>п/п | Вид учебной работы                 | Количество<br>часов | Семестры  |   |
|----------|------------------------------------|---------------------|-----------|---|
|          |                                    |                     | 8         | - |
| <b>1</b> | <b>Аудиторные занятия</b>          | <b>16</b>           | 16        | - |
|          | В том числе:                       |                     |           |   |
| 1.1      | Лекции                             | -                   | -         | - |
| 1.2      | Семинарские/практические занятия   | 4                   | 4         | - |
| 1.3      | Лабораторные занятия               | <b>12</b>           | <b>12</b> | - |
| <b>2</b> | <b>Самостоятельная работа</b>      | <b>92</b>           | 92        |   |
|          | В том числе:                       |                     |           |   |
| 2.1      | Подготовка к практическим занятиям |                     |           |   |
| 2.2      | Тестирование                       |                     |           |   |
|          |                                    |                     |           |   |
| <b>3</b> | <b>Промежуточная аттестация</b>    |                     |           |   |
|          | Зачет/диф.зачет/экзамен            |                     | экзамен   |   |
|          | <b>Итого</b>                       | <b>108</b>          | 108       |   |

### 3.2 Тематический план изучения дисциплины (по формам обучения)

#### 3.2.1. Очная форма обучения

| №<br>п/п     | Раздел/тема<br>Дисциплины   | Общая<br>трудоемкость | Виды учебных занятий, включая<br>самостоятельную работу обучающихся, час |                         |  |
|--------------|---|-----------------------|--|-------------------------|--|
|              |   |                       | Контактная работа  |                         | Самостоятель-<br>ная работа<br>обучающихся |
|              |   | Всего                 | лекции   | практические<br>занятия |  |
| 1.           | Понятие контента.   | 11                    | 2  | 4                       | 5  |
| 2.           | Контент как инструмент<br>социального<br>взаимодействия.                          | 13                    | 2  | 4                       | 7  |
| 3.           | Структура планирования<br>контента в социальных<br>сетях..                        | 13                    | 2  | 4                       | 7  |
| 4.           | Коммерческая<br>эффективность контента.   | 13                    | 2  | 4                       | 7  |
| 5.           | Сообщества в социальных<br>медиа как базовый<br>инструмент контент<br>маркетинга. | 13                    | 2  | 4                       | 7  |
| 6.           | Целевая аудитория   | 13                    | 2  | 4                       | 7  |
| 7.           | Типы "превосходного<br>контента".   | 19                    | 4  | 8                       | 7  |
| 8.           | Оценка эффективности<br>контента.   | 13                    | 2  | 4                       | 7  |
| <b>Всего</b> |   |                       |  |                         |  |
| <b>зачет</b> |   |                       |  |                         |  |
| <b>Итого</b> |   | <b>108</b>            | <b>18</b>  | <b>36</b>               | <b>54</b>                                  |

#### 3.2.2. Очно-заочная форма обучения

| №<br>п/п | Раздел/тема<br>Дисциплины                                | Общая<br>трудоемкость | Виды учебных занятий, включая<br>самостоятельную работу обучающихся, час |                         |  |
|----------|--|-----------------------|--|-------------------------|--|
|          |  |                       | Контактная работа  |                         | Самостоятель-<br>ная работа<br>обучающихся |
|          |  | Всего                 | лекции   | практические<br>занятия |  |
| 1        | Понятие контента.  |                       | 1  | 3                       | 9  |
| 2.       | Контент как инструмент<br>социального<br>взаимодействия. |                       | 1  | 3                       | 9  |
| 3.       | Структура планирования<br>контента в социальных          |                       | 1  | 3                       | 9  |

| №<br>п/п     | Раздел/тема<br>Дисциплины   | Общая<br>трудоемкость | Виды учебных занятий, включая<br>самостоятельную работу обучающихся, час |                         |  |
|--------------|---|-----------------------|--|-------------------------|--|
|              |   |                       | Контактная работа  |                         | Самостоятель-<br>ная работа<br>обучающихся |
|              |   |                       | лекции   | практические<br>занятия |  |
|              | сетях..   |                       |  |                         |  |
| 4.           | Коммерческая<br>эффективность контента.   |                       | 1  | 3                       | 9  |
| 5.           | Сообщества в социальных<br>медиа как базовый<br>инструмент контент<br>маркетинга. |                       | 1  | 3                       | 9  |
| 6.           | Целевая аудитория   |                       | 1  | 3                       | 9  |
| 7.           | Типы "превосходного<br>контента".   |                       | 5  | 3                       | 9  |
| 8.           | Оценка эффективности<br>контента.   |                       | 1  | 3                       | 9  |
| <b>Всего</b> |   |                       |  |                         |  |
| <b>зачет</b> |   |                       |  |                         |  |
| <b>Итого</b> |   | <b>108</b>            | <b>12</b>  | <b>24</b>               | <b>72</b>                                  |

## 3.2.2. Заочная форма обучения

| №<br>п/п | Раздел/тема<br>Дисциплины   | Общая<br>трудоемкость | Виды учебных занятий, включая<br>самостоятельную работу обучающихся, час |                         |  |
|----------|---|-----------------------|--|-------------------------|--|
|          |   |                       | Контактная работа  |                         | Самостоятель-<br>ная работа<br>обучающихся |
|          |   |                       | лекции   | практические<br>занятия |  |
| 1        | Понятие контента.   |                       | 0,5  | 1                       | 11   |
| 2.       | Контент как инструмент<br>социального<br>взаимодействия.                          |                       | 0,5  | 1                       | 11   |
| 3.       | Структура планирования<br>контента в социальных<br>сетях..                        |                       | 0,5  | 1                       | 11   |
| 4.       | Коммерческая<br>эффективность контента.   |                       | 0,5  | 1                       | 11   |
| 5.       | Сообщества в социальных<br>медиа как базовый<br>инструмент контент<br>маркетинга. |                       | 0,5  | 1                       | 11   |
| 6.       | Целевая аудитория   |                       | 0,5  | 1                       | 11   |
| 7.       | Типы "превосходного<br>контента".   |                       | 0,5  | 5                       | 15   |
| 8.       | Оценка эффективности<br>контента.   |                       | 0,5  | 1                       | 11   |



| №<br>п/п     | Раздел/тема<br>Дисциплины | Общая<br>трудѐмость | Виды учебных занятий, включая<br>самостоятельную работу обучающихся, час |                         |  |
|--------------|---------------------------|---------------------|--|-------------------------|--|
|              |                           |                     | Контактная работа  |                         | Самостоятель-<br>ная работа<br>обучающихся |
|              |                           | Всего               | лекции   | практические<br>занятия |  |
| <b>Всего</b> |                           |                     |  |                         |  |
| <b>зачет</b> |                           |                     |  |                         |  |
| <b>Итого</b> |                           | <b>108</b>          | <b>4</b>   | <b>12</b>               | <b>92</b>                                  |

### 3.3 Содержание дисциплины

|   |
|---|
| <p><b>Тема 1</b><br/><b>Понятие контента.</b><br/>Основные виды контента.<br/>Правила управления и составления контента.<br/>Контент - анализ и его этапы.</p>  |
| <p><b>Тема 2</b><br/><b>Контент как инструмент социального взаимодействия.</b><br/>Составляющие и формы социального взаимодействия.<br/>История социальных сетей.<br/>Основные виды социальных сетей.</p>   |
| <p><b>Тема 3</b><br/><b>Структура планирования контента в социальных сетях.</b><br/>Этапы планирования контента. Контент-план<br/>Организация контента в целевой группе (таргетинг).<br/>Сущность и виды контент стратегий.<br/>Примеры существующих контент - стратегий.</p>   |
| <p><b>Тема 4</b><br/><b>Коммерческая эффективность контента.</b><br/>Социально - коммуникативная эффективность контента.<br/>Коммуникативные и репутационные риски при разработке контент - стратегий.</p>  |
| <p><b>Тема 5</b><br/><b>Сообщества в социальных медиа как базовый инструмент контент маркетинга.</b><br/>Сообщества как базовый инструмент контент маркетинга.<br/>Рекламная и контентная модель ведения сообществ.<br/>Выбор роли сообществ в digital-системе.<br/>Экосистема активов бренда в социальных медиа.<br/>Концепция сообщества.<br/>Поиск своей территории и создание тематических сообществ. Коммуникационная матрица для социальных медиа.<br/>Креативная концепция сообщества и визуальный стиль контента. Направления контента и рубрики, контент план.<br/>Ведение, реагирование и отчетность.</p> |
| <p><b>Тема 6</b><br/><b>Целевая аудитория.</b><br/>Посетители информационных и коммерческих сайтов и пабликов. Портрет потребителя информации. Поиск желаний аудитории по Стелзнеру.</p>  |
| <p><b>Тема 7</b><br/><b>Типы "превосходного контента".</b></p>  |

Определение "превосходного контента".  
 Типы контента: текстовой, видеоконтент, аудиоконтент, визуальный, интерактивный контент, E-mail рассылки.  
 Продающий контент.  
 В-2-В контент.  
 Классификация эффективного контента по Стелзнеру.

#### **Тема 8**

##### **Оценка эффективности контента.**

Эффективность контента: метрики оценки.  
 Сервисы аналитики Яндекс и Google.  
 Использование результатов аналитики в работе.

### **3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий**

#### 3.4.1. Семинарские/практические занятия

##### **Тема 1**

##### **Понятие контента.**

Основные виды контента.  
 Правила управления и составления контента.  
 Контент - анализ и его этапы.

##### **Тема 2**

##### **Контент как инструмент социального взаимодействия.**

Составляющие и формы социального взаимодействия.  
 История социальных сетей.  
 Основные виды социальных сетей.

##### **Тема 3**

##### **Структура планирования контента в социальных сетях.**

Этапы планирования контента. Контент-план.  
 Организация контента в целевой группе (таргетинг).  
 Сущность и виды контент стратегий.  
 Примеры существующих контент - стратегий.

##### **Тема 4**

##### **Коммерческая эффективность контента.**

Социально - коммуникативная эффективность контента.  
 Коммуникативные и репутационные риски при разработке контент - стратегий.

##### **Тема 5**

##### **Сообщества в социальных медиа как базовый инструмент контент маркетинга.**

Сообщества как базовый инструмент контент маркетинга.  
 Рекламная и контентная модель ведения сообществ.  
 Выбор роли сообществ в digital-системе.  
 Экосистема активов бренда в социальных медиа.  
 Концепция сообщества.  
 Поиск своей территории и создание тематических сообществ. Коммуникационная матрица для социальных медиа.  
 Креативная концепция сообщества и визуальный стиль контента. Направления контента и рубрики, контент план.  
 Ведение, реагирование и отчетность.

##### **Тема 6**

##### **Целевая аудитория.**

Посетители информационных и коммерческих сайтов и пабликов. Портрет потребителя информации. Поиск желаний аудитории по Стелзнеру.

**Тема 7****Типы "превосходного контента".**

Определение "превосходного контента".

Типы контента: текстовой, видеоконтент, аудиоконтент, визуальный, интерактивный контент, E-mail рассылки.

Продающий контент.

В-2-В контент.

Классификация эффективного контента по Стелзнеру.

**Тема 8****Оценка эффективности контента.**

Эффективность контента: метрики оценки.

Сервисы аналитики Яндекс и Google.

Использование результатов аналитики в работе.

## 3.4.2. Лабораторные занятия

*Не предусмотрены*

**3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)**

*Не предусмотрены*

**4. Учебно-методическое и информационное обеспечение**

Разработанный и представленный в электронном виде учебный и научно-исследовательский материал, комплекс заданий (задач) для самостоятельной работы, решение и презентация результатов которых предполагает использование компьютерных средств.

**4.1 Нормативные документы и ГОСТы**

1. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) \ КонсультантПлюс  
- [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_58968/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/)(дата обращения: 17.09.2023).

2. "КонсультантПлюс" - законодательство РФ: кодексы, законы, указы, постановления Правительства Российской Федерации, нормативные акты - <https://www.consultant.ru/>(дата обращения: 17.09.2023).

3. ГАРАНТ - Законодательство (кодексы, законы, указы, постановления) РФ, аналитика, комментарии, практика.- <https://www.garant.ru/> (дата обращения: 17.09.2023).

**4.2 Основная литература**

1. Реклама под прикрытием: Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / Мара Эйнштейн; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер; Москва; 2017. – 301 с.
2. Управление контент-маркетингом. Практическое аудиторией для вашего бизнеса / Роберт Роуз, Джо Пулицци ; пер. с англ. Всеволода Иващенко. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. –

3. SEO-копирайтинг 2.0: как писать тексты в эру семантического поиска / И.С. Шамина, А.С. Ушакова, Е.А. Ткаченко и др. ; под общ. Ред. И.С. Шаминой. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 261 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493859> (дата обращения: 15.08.2019). – ISBN 978-5-9729-0210-1. – Текст : электронный.

#### **Дополнительная литература**

1. Шпаковский, В.О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама / В.О. Шпаковский, Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 248 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493883> (дата обращения: 04.12.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9729-0202-6. – Текст : электронный. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, публичность, брендинг /
2. Шарков Ф.И. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044> (дата обращения: 04.12.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-00792-7. – Текст : электронный.

### **4.3 Электронные образовательные ресурсы**

<https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=12880>

### **4.4 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение**

1. Microsoft Windows 10 Pro
2. Microsoft Office 2007
3. KasperskyAnti-Virus

### **4.5 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Компьютерные информационно-правовые системы «Консультант» <http://www.consultant.ru>, «Гарант» <http://www.garant.ru>

2. Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
3. Российская национальная библиотека <http://www.nlr.ru>
4. Философский портал <http://www.philosophy.ru>
5. Электронная библиотека по философии <http://filosof.historic.ru>
6. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <https://biblioclub.ru/index.php>
7. Библиотека русской религиозно-философской и художественной литературы «Вехи» <http://www.vehi.net>
8. Электронная библиотека <http://books.atheism.ru/philosophy/>
9. Единое окно доступа к образовательным ресурсам Федеральный портал <http://window.edu.ru>
10. Научная электронная библиотека <http://www.elibrary.ru>
11. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru>

## 5. Материально-техническое обеспечение

1. Лекционная аудитория, аудитория для групповых и индивидуальных консультаций.
2. Аудитория для проведения практических и семинарских занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации.
3. Актовый зал. Аудитория для лиц с ОВЗ.
4. Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работы и курсового проектирования. Библиотека, читальный зал.

## 6. Методические рекомендации

### 6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

*Методические рекомендации по организации обучения по дисциплине могут содержать описание применяемых образовательных технологий, видов учебной работы, методов и форм текущего контроля и промежуточной аттестации.*

### 6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

#### Методические указания по освоению дисциплины.

Проведение практических занятий по дисциплине «**Искусство презентации рекламных проектов**» осуществляется в следующих формах:

- опрос по материалам, рассмотренным на практических занятиях и изученным самостоятельно по рекомендованной литературе;
- анализ и обсуждение практических ситуаций по темам.
- Выполнение практических заданий

Посещение практических занятий и активное участие в них является обязательным.

Подготовка к практическим занятиям обязательно включает в себя изучение конспектов лекционного материала и рекомендованной литературы для адекватного понимания условия и способа решения заданий, запланированных преподавателем на конкретное практическое занятие.

#### Методические указания по выполнению различных форм внеаудиторной самостоятельной работы

Изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине проводится на регулярной основе в разрезе каждого раздела в соответствии с приведенными в п.7 рабочей программы рекомендациями для подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине «**Искусство презентации рекламных проектов**». Список основной и дополнительной литературы по дисциплине приведен в п.5 настоящей рабочей программы.

#### Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «**Искусство презентации рекламных проектов**» проходит в форме экзамена. Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «**Искусство презентации рекламных проектов**» и критерии оценки ответа обучающегося на экзамене для целей оценки достижения заявленных индикаторов сформированности компетенции приведены в составе ФОС по дисциплине в п.8 настоящей рабочей программы.

Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине независимо от результатов текущего контроля.

## 7. Фонд оценочных средств

### 7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины. Формы контроля формирования компетенций

| Код и наименование компетенций   | Индикаторы достижения компетенции   | Форма контроля   | Этапы формирования (разделы дисциплины) |
|--|---|--|---|
| <p>УК-2<br/>Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений</p> | <p>ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации</p>  | <p>Промежуточный контроль:<br/>Текущий контроль:<br/>опрос на практических занятиях;<br/>выполнение практических заданий</p> | <p>Темы 1-8</p>                         |
| <p>УК-5<br/>Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>   | <p>ИУК-5.1. Анализирует и интерпретирует события, современное состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах<br/>ИУК-5.2. Осознает систему общечеловеческих ценностей, понимает значение для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений<br/>ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции</p> | <p>Промежуточный контроль:<br/>Текущий контроль:<br/>опрос на практических занятиях;<br/>выполнение практических заданий</p> | <p>Темы 1-8</p>                         |

## 7.2 Показатели и критерии оценивания компетенций при изучении дисциплины, описание шкал оценивания

### 7.2.1 Критерии оценки ответа на зачете

**«5» (отлично):** обучающийся демонстрирует системные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

**«4» (хорошо):** обучающийся демонстрирует прочные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью, но при этом делает несущественные ошибки, которые быстро исправляет самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем.

**«3» (удовлетворительно):** обучающийся демонстрирует неглубокие теоретические знания, проявляет слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное умение делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает не достаточно свободное владение монологической речью, терминами, логичностью и последовательностью изложения, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем.

**«2» (неудовлетворительно):** обучающийся демонстрирует незнание теоретических основ предмета, отсутствие практических навыков, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминами, проявляет отсутствие логичности и последовательности изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на дополнительные вопросы.

### 7.2.2 Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях

**«5» (отлично):** выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы, активно работал на практических занятиях.

**«4» (хорошо):** выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся с корректирующими замечаниями преподавателя ответил на все контрольные вопросы, достаточно активно работал на практических занятиях.

**«3» (удовлетворительно):** выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями с замечаниями преподавателя; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

**«2» (неудовлетворительно):** обучающийся не выполнил или выполнил неправильно практические задания, предусмотренные практическими занятиями; студент ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы.

### 7.2.3. Итоговое соответствие балльной шкалы оценок и уровней сформированности компетенций по дисциплине:

| Уровень сформированности компетенции | Оценка           | Пояснение   |
|--------------------------------------|------------------|---|
| Высокий                              | «5»<br>(отлично) | теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью;<br>все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены на высоком уровне; |

|                      |                              |   |
|----------------------|------------------------------|---|
|                      |                              | компетенции сформированы  |
| Средний              | «4»<br>(хорошо)              | теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью;<br>все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями;<br>компетенции в целом сформированы   |
| Удовлетворительный   | «3»<br>(удовлетворительно)   | теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены частично, но пробелы не носят существенного характера;<br>большинство предусмотренных программой обучения учебных задач выполнено, но в них имеются ошибки;<br>компетенции сформированы частично   |
| Неудовлетворительный | «2»<br>(неудовлетворительно) | теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине не освоены;<br>большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки;<br>дополнительная самостоятельная работа над материалом не приводит к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий;<br>компетенции не сформированы |

### **7.3 Методические материалы (типовые контрольные задания), определяющие результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения**

Контрольные задания, применяемые в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине, носят универсальный характер и предусматривают возможность комплексной оценки всего набора заявленных по данной дисциплине индикаторов сформированности компетенций.

#### **7.3.1. Текущий контроль (работа на практических занятиях)**

##### **Вопросы к темам**

(формирование компетенции (формирование компетенции УК-2, УК-5))

##### **Тема 1**

###### **Понятие контента.**

1. Контент – определение, сущность
2. Перечислите основные виды контента.
3. Правила управления и составления контента.
4. Что такое контент – анализ – понятие, сущность, назначение
5. Перечислите этапы контент-анализа

##### **Тема 2**

###### **Контент как инструмент социального взаимодействия.**

1. Что такое социальное взаимодействие
2. Составляющие и формы социального взаимодействия.
3. История социальных сетей.
4. Перечислите основные виды социальных сетей

##### **Тема 3**

###### **Структура планирования контента в социальных сетях.**

1. Что такое контент-план, назначение, функции
2. Как часто нужно публиковать посты
3. Какие посты должны быть в контент-плане
4. Какой контент встречается в социальных сетях
5. Как составить контент-план
6. Организация контента в целевой группе (таргетинг).



|  |
|--|
| <p>7. Сущность и виды контент стратегий.</p> <p>8. Приведите примеры существующих контент - стратегий.</p>   |
| <p><b>Тема 4</b><br/> <b>Коммерческая эффективность контента.</b></p> <p>1. Социально - коммуникативная эффективность контента.</p> <p>2. Коммуникативные и репутационные риски при разработке контент - стратегий.</p>  |
| <p><b>Тема 5</b><br/> <b>Сообщества в социальных медиа как базовый инструмент контент маркетинга.</b></p> <p>1. Сообщества как базовый инструмент контент маркетинга.</p> <p>2. Рекламная и контентная модель ведения сообществ.</p> <p>3. Выбор роли сообществ в digital-системе.</p> <p>4. Экосистема активов бренда в социальных медиа.</p> <p>5. Концепция сообщества.</p> <p>6. Поиск своей территории и создание тематических сообществ. Коммуникационная матрица для социальных медиа.</p> <p>7. Креативная концепция сообщества и визуальный стиль контента. Направления контента и рубрики, контент план.</p> <p>8. Ведение, реагирование и отчетность.</p> |
| <p><b>Тема 6</b><br/> <b>Целевая аудитория.</b></p> <p>1. Привлечение пользователей.</p> <p>2. Общение с целевой аудиторией.</p> <p>3. Посетители информационных и коммерческих сайтов и пабликов.</p> <p>4. Портрет потребителя информации.</p> <p>5. Поиск желаний аудитории по Стелзнеру.</p>   |
| <p><b>Тема 7</b><br/> <b>Типы "превосходного контента".</b></p> <p>1. Виды контента в социальных сетях</p> <p>2. Обучающий контент.</p> <p>3. Коммуникативный (вовлекающий) контент.</p> <p>4. Новостной контент.</p> <p>5. Репутационный контент.</p> <p>6. Развлекательный контент</p> <p>7. Определение "превосходного контента".</p> <p>8. Типы контента: текстовой, видеоконтент, аудиоконтент, визуальный, интерактивный контент, E-mail рассылки.</p> <p>9. Продающий контент.</p> <p>10. В-2-В контент.</p> <p>11. Классификация эффектного контента по Стелзнеру.</p>   |
| <p><b>Тема 8</b><br/> <b>Оценка эффективности контента.</b></p> <p>1. Эффективность контента: метрики оценки.</p> <p>2. Сервисы аналитики Яндекс и Google.</p> <p>3. Использование результатов аналитики в работе.</p>   |

**7.3.2.. Промежуточный контроль (вопросы к экзамену)**  
(формирование компетенции УК-2, УК-5.)

|   |
|---|
| <p><b>Тема 1</b><br/> <b>Понятие контента.</b></p> <p>1. Контент – определение, сущность</p> <p>2. Перечислите основные виды контента.</p> <p>3. Правила управления и составления контента.</p> |
|---|

|   |
|---|
| <p>4. Что такое контент – анализ – понятие, сущность, назначение</p> <p>5. Перечислите этапы контент-анализа</p>  |
| <p><b>Тема 2</b><br/> <b>Контент как инструмент социального взаимодействия.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Что такое социальное взаимодействие</li> <li>2. Составляющие и формы социального взаимодействия.</li> <li>3. История социальных сетей.</li> <li>4. Перечислите основные виды социальных сетей</li> </ol>  |
| <p><b>Тема 3</b><br/> <b>Структура планирования контента в социальных сетях.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Что такое контент-план, назначение, функции</li> <li>2. Как часто нужно публиковать посты</li> <li>3. Какие посты должны быть в контент-плане</li> <li>4. Какой контент встречается в социальных сетях</li> <li>5. Как составить контент-план</li> <li>6. Организация контента в целевой группе (таргетинг).</li> <li>7. Сущность и виды контент стратегий.</li> <li>8. Приведите примеры существующих контент - стратегий.</li> </ol>   |
| <p><b>Тема 4</b><br/> <b>Коммерческая эффективность контента.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Социально - коммуникативная эффективность контента.</li> <li>2. Коммуникативные и репутационные риски при разработке контент - стратегий.</li> </ol>  |
| <p><b>Тема 5</b><br/> <b>Сообщества в социальных медиа как базовый инструмент контент маркетинга.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сообщества как базовый инструмент контент маркетинга.</li> <li>2. Рекламная и контентная модель ведения сообществ.</li> <li>3. Выбор роли сообществ в digital-системе.</li> <li>4. Экосистема активов бренда в социальных медиа.</li> <li>5. Концепция сообщества.</li> <li>6. Поиск своей территории и создание тематических сообществ. Коммуникационная матрица для социальных медиа.</li> <li>7. Креативная концепция сообщества и визуальный стиль контента. Направления контента и рубрики, контент план.</li> <li>8. Ведение, реагирование и отчетность.</li> </ol> |
| <p><b>Тема 6</b><br/> <b>Целевая аудитория.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Привлечение пользователей.</li> <li>2. Общение с целевой аудиторией.</li> <li>3. Посетители информационных и коммерческих сайтов и пабликов.</li> <li>4. Портрет потребителя информации.</li> <li>5. Поиск желаний аудитории по Стелзнеру.</li> </ol>   |
| <p><b>Тема 7</b><br/> <b>Типы "превосходного контента".</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виды контента в социальных сетях</li> <li>2. Обучающий контент.</li> <li>3. Коммуникативный (вовлекающий) контент.</li> <li>4. Новостной контент.</li> <li>5. Репутационный контент.</li> <li>6. Развлекательный контент</li> <li>7. Определение "превосходного контента".</li> <li>8. Типы контента: текстовой, видеоконтент, аудиоконтент, визуальный, интерактивный контент, E-mail рассылки.</li> </ol>   |

9. Продающий контент.
10. В-2-В контент.
11. Классификация эффективного контента по Стелзнеру.

**Тема 8****Оценка эффективности контента.**

1. Эффективность контента: метрики оценки.
2. Сервисы аналитики Яндекс и Google.
3. Использование результатов аналитики в работе.