

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Максимов Алексей Борисович

Должность: директор департамента по образовательной политике

Дата подписания: 28.11.2023 11:19:03

Уникальный программный ключ:

8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d8


**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
/МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ/**

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор Института коммуникаций и  
медиабизнеса

 /Г.Н. Степанова/

«30» августа 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**«Управление контентом в социальных сетях»**

Направление подготовки

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

Профиль подготовки **«Интегрированные бренд-коммуникации»**

Квалификация (степень) выпускника

**Бакалавр**

Форма обучения

**Очно-заочная**

Москва 2019 г.

**Разработчик(и):**

Старший преподаватель кафедры «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»,



/О.Е.Горлова/

**Согласовано:**

Заведующий кафедрой «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»,

к.э.н., доцент

Алтунина



/Ю.О.

## Содержание

1. Перечень планируемых результатов изучения дисциплины, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП.....	4
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся .....	4
4. Содержание дисциплины .....	6
4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий .....	6
4.2. Содержание разделов дисциплины .....	6
4.3. Практические занятия / лабораторные занятия.....	7
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины .....	8
5.1. Основная литература .....	8
5.2. Дополнительная литература .....	8
5.3. Лицензионное программное обеспечение .....	9
5.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	9
6. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	9
7. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины.....	9
7.1. Методические рекомендации преподавателю.....	9
7.2. Методические указания обучающимся.....	10
8. Фонд оценочных средств по дисциплине.....	11
8.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины. Формы контроля формирования компетенций .....	11
8.2. Показатели и критерии оценивания компетенций при изучении дисциплины, описание шкал оценивания.....	12
8.3. Методические материалы (типовые контрольные задания), определяющие результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с индикаторами достижения.....	13

### 1. Перечень планируемых результатов изучения дисциплины, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В рамках освоения основной профессиональной образовательной программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине «Управление контентом в социальных сетях»

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
УК-2 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 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 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 ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Управление контентом в социальных сетях» относится к числу учебных дисциплин части, формируемой участниками образовательных отношений, блока Б1 дисциплины (модули) учебного плана образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- Основы теории коммуникации;
- Основы рекламы;
- Теория и практика массовой информации.
- Основы связей с общественностью;
- Основы интегрированных коммуникаций;

### 3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Форма Обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очно-заочная	5	9	144/4	38	12	26	-	70	36	экзамен

**Объём дисциплины по видам учебных занятий (в часах) – очно-заочная форма обучения**

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры	
		9	-
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>38</b>	<b>38</b>	-
В том числе:	-	-	-
Лекции	<b>12</b>	<b>12</b>	-
Практические занятия (ПЗ)	<b>26</b>	<b>26</b>	-
Семинары (С)	-	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-	-	-
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>70</b>	<b>70</b>	-
В том числе:	-	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-	-
Расчетно-графические работы	-	-	-
Реферат			-
Подготовка к практическим занятиям			-
Тестирование			-
Вид промежуточной аттестации – экзамен	<b>36</b>	<b>36</b>	
Общая трудоемкость час / зач. ед.	<b>144</b>	<b>144</b>	-

## 4. Содержание дисциплины

## 4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий

№ п/п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоемкость	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся, час		
			Контактная работа		Самостоятель- ная работа обучающихся
			лекции	практические занятия	
1.	Понятие контента.		1	2	7
2.	Контент как инструмент социального взаимодействия.		1	2	9
3.	Структура планирования контента в социальных сетях..		1	2	9
4.	Коммерческая эффективность контента.		1	2	9
5.	Сообщества в социальных медиа как базовый инструмент контент маркетинга.		2	4	9
6.	Целевая аудитория		2	4	9
7.	Типы "превосходного контента".		2	6	9
8.	Оценка эффективности контента.		2	4	9
<b>Всего</b>			<b>12</b>	<b>26</b>	<b>70</b>
<b>зачет</b>					
<b>Итого</b>					

## 4.2. Содержание разделов дисциплины

<p><b>Тема 1</b> <b>Понятие контента.</b> Основные виды контента. Правила управления и составления контента. Контент - анализ и его этапы.</p>
<p><b>Тема 2</b> <b>Контент как инструмент социального взаимодействия.</b> Составляющие и формы социального взаимодействия. История социальных сетей. Основные виды социальных сетей.</p>
<p><b>Тема 3</b> <b>Структура планирования контента в социальных сетях.</b> Этапы планирования контента. Контент-план Организация контента в целевой группе (таргетинг). Сущность и виды контент стратегий. Примеры существующих контент - стратегий.</p>
<p><b>Тема 4</b> <b>Коммерческая эффективность контента.</b> Социально - коммуникативная эффективность контента. Коммуникативные и репутационные риски при разработке контент - стратегий.</p>

<p><b>Тема 5</b>  <b>Сообщества в социальных медиа как базовый инструмент контент маркетинга.</b>  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.</p>
<p><b>Тема 6</b>  <b>Целевая аудитория.</b>  Посетители информационных и коммерческих сайтов и пабликов. Портрет потребителя информации. Поиск желаний аудитории по Стелзнеру.</p>
<p><b>Тема 7</b>  <b>Типы "превосходного контента".</b>  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.</p>
<p><b>Тема 8</b>  <b>Оценка эффективности контента.</b>  Эффективность контента: метрики оценки.  Сервисы аналитики Яндекс и Google.  Использование результатов аналитики в работе.</p>

#### 4.3. Практические занятия / лабораторные занятия

<p><b>Тема 1</b>  <b>Понятие контента.</b>  Основные виды контента.  Правила управления и составления контента.  Контент - анализ и его этапы.</p>
<p><b>Тема 2</b>  <b>Контент как инструмент социального взаимодействия.</b>  Составляющие и формы социального взаимодействия.  История социальных сетей.  Основные виды социальных сетей.</p>
<p><b>Тема 3</b>  <b>Структура планирования контента в социальных сетях.</b>  Этапы планирования контента. Контент-план.  Организация контента в целевой группе (таргетинг).  Сущность и виды контент стратегий.  Примеры существующих контент - стратегий.</p>
<p><b>Тема 4</b>  <b>Коммерческая эффективность контента.</b>  Социально - коммуникативная эффективность контента.  Коммуникативные и репутационные риски при разработке контент - стратегий.</p>
<p><b>Тема 5</b></p>

**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.

**5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины****5.1. 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.

**5.2. 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, публик рилейшнз, брендинг /
2. Шарков Ф.И. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 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.

### **5.3. Лицензионное программное обеспечение**

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

### **5.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. 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>

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

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

## **7. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины**

### **7.1. Методические рекомендации преподавателю**

Данный раздел настоящей рабочей программы предназначен для начинающих преподавателей и специалистов-практиков, не имеющих опыта преподавательской работы.

Дисциплина «Управление контентом в социальных сетях» является дисциплиной части, формируемой участниками образовательного процесса блока Б1 «Дисциплины (модули)» учебного плана и обеспечивает формирования компетентности в тесной связи с другими дисциплинами учебного плана.

В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентностного подхода произошло концептуальное изменение роли преподавателя, который наряду с традиционной ролью носителя знания выполняет функцию организатора научно-поисковой работы обучающегося, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении

лекционных и практических занятий по дисциплине «Управление контентом в социальных сетях».

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Управление контентом в социальных сетях» осуществляется по последовательно-параллельной схеме на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках ОП и рабочего учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Виды учебной работы и трудоемкость, тематический план изучаемой дисциплины и содержание представлена в п. 3.1.1 3.2.1.. данной рабочей программы. Проведение практических занятий ориентировано на использование заданий для практических занятий по дисциплине «Управление контентом в социальных сетях». Подробное содержание отдельных разделов дисциплины «Управление контентом в социальных сетях» рассматривается в п.3.3. рабочей программы. Тематика практических занятий представлена в п.3.4. данной рабочей программы.

Методы контроля и оценивания результатов обучения и шкалы и критерии оценивания результатов обучения обучающегося по дисциплине «Управление контентом в социальных сетях» представлена в п.8.1 и 8.2. программы.

Примерные варианты заданий для текущего контроля и промежуточной аттестации (перечень вопросов к зачету по дисциплине «Управление контентом в социальных сетях») представлены в п.8.3.1. и 8.3.2 к рабочей программе. Форма итогового контроля по дисциплине –зачет.

Перечень основной и дополнительной литературы и нормативных документов, необходимых в ходе преподавания, а также ссылка на электронный образовательный ресурс дисциплины «Управление контентом в социальных сетях», приведен в п.4 настоящей рабочей программы.

## **7.2. Методические указания обучающимся**

### Методические указания по освоению дисциплины.

Проведение практических занятий по дисциплине «**Управление контентом в социальных сетях**» 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 «**Управление контентом в социальных сетях**». 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 «**Управление контентом в социальных сетях**» проходит в форме экзамена. Примерный перечень вопросов к зачету по

дисциплине «**Управление контентом в социальных сетях**» 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.

## 8. Фонд оценочных средств по дисциплине

### 8.1. 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 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: Текущий контроль: опрос на практических занятиях; выполнение практических заданий</p>	<p>Темы 1-8</p>
<p>УК-5 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 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 ИУК-5.3. Взаимодействует с людьми с учетом социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и</p>	<p>Промежуточный контроль: Текущий контроль: опрос на практических занятиях; выполнение практических заданий</p>	<p>Темы 1-8</p>

	социальной интеграции		
--	-----------------------	--	--

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

### 8.2.1 Критерии оценки ответа на экзамене

(формирование компетенции УК-2, УК-5)

**«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.

### 8.2.2 Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях

(формирование компетенции УК-2, УК-5)

**«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.

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

Уровень сформированности компетенции	Оценка	Пояснение
--------------------------------------	--------	-----------

Высокий	«5» (отлично)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены на высоком уровне; компетенции сформированы
Средний	«4» (хорошо)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями; компетенции в целом сформированы
Удовлетворительный	«3» (удовлетворительно)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены частично, но пробелы не носят существенного характера; большинство предусмотренных программой обучения учебных задач выполнено, но в них имеются ошибки; компетенции сформированы частично
Неудовлетворительный	«2» (неудовлетворительно)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине не освоены; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не приводит к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий; компетенции не сформированы

### 8.3. 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.

#### 8.3.1. Текущий контроль (работа на практических занятиях)

##### Вопросы к темам

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

<p><b>Тема 1</b> <b>Понятие контента.</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Контент – определение, сущность</li> <li>2. Перечислите основные виды контента.</li> <li>3. Правила управления и составления контента.</li> <li>4. Что такое контент – анализ – понятие, сущность, назначение</li> <li>5. Перечислите этапы контент-анализа</li> </ol>
<p><b>Тема 2</b> <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> <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> </ol>

4. Какой контент встречается в социальных сетях
5. Как составить контент-план
6. Организация контента в целевой группе (таргетинг).
7. Сущность и виды контент стратегий.
8. Приведите примеры существующих контент - стратегий.

**Тема 4****Коммерческая эффективность контента.**

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

**Тема 5****Сообщества в социальных медиа как базовый инструмент контент маркетинга.**

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

**Тема 6****Целевая аудитория.**

1. Привлечение пользователей.
2. Общение с целевой аудиторией.
3. Посетители информационных и коммерческих сайтов и пабликов.
4. Портрет потребителя информации.
5. Поиск желаний аудитории по Стелзнеру.

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

1. Виды контента в социальных сетях
2. Обучающий контент.
3. Коммуникативный (вовлекающий) контент.
4. Новостной контент.
5. Репутационный контент.
6. Развлекательный контент
7. Определение "превосходного контента".
8. Типы контента: текстовой, видеоконтент, аудиоконтент, визуальный, интерактивный контент, E-mail рассылки.
9. Продающий контент.
10. В-2-В контент.
11. Классификация эффектного 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.

**8.3.2. Промежуточный контроль (вопросы к экзамену)**

(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).
- 7) Сущность и виды контент стратегий.
- 8) Приведите примеры существующих контент - стратегий.

#### **Тема 4**

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

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

#### **Тема 5**

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

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

#### **Тема 6**

##### **Целевая аудитория.**

- 1) Привлечение пользователей.
- 2) Общение с целевой аудиторией.
- 3) Посетители информационных и коммерческих сайтов и пабликов.
- 4) Портрет потребителя информации.
- 5) Поиск желаний аудитории по Стелзнеру.

#### **Тема 7**

##### **Типы "превосходного контента".**

- 1) Виды контента в социальных сетях
- 2) Обучающий контент.
- 3) Коммуникативный (вовлекающий) контент.
- 4) Новостной контент.
- 5) Репутационный контент.
- 6) Развлекательный контент
- 7) Определение "превосходного контента".
- 8) Типы контента: текстовой, видеоконтент, аудиоконтент, визуальный,

интерактивный контент, E-mail рассылки.

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.