

Разработчик(и):

Старший преподаватель



/Е.В. Федоровская/

Согласовано:

Заведующий кафедрой «Реклама и связи с
общественностью в медиаиндустрии»,
Кандидат экономических наук, доцент
/Ю.О.Алтунина/



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

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах Российской Федерации иностранном(ых) языке(ах);</p> <p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – виды и типы контента в цифровых медиа. – особенности планирования и создания контент-плана собственного цифрового информационного ресурса организации. – компании, создающие контент для цифровых медиа. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать и оценивать разные типы контента, включая обучающий, коммерческий, новостной, коммуникативный, пользовательский, развлекательный, с точки зрения решаемых задач. – планировать время и место размещения того или иного контента на внутренних и внешних цифровых ресурсах организации. – организовывать работу с продакшн-компаниями и фрилансерами для подготовки контента. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – базовыми навыками создания шаблонов контента для цифровых медиа. – базовыми навыками подготовки контента к публикации на внутренних и внешних цифровых ресурсах организации. – навыками деловой коммуникации с компаниями и физическими лицами, работающими на рынке цифровых медиа.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Контент в цифровых медиа» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 Дисциплины (модули) основной образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Философия
- Психология
- Основы маркетинга
- Основы рекламы
- Основы связей с общественностью
- Основы теории коммуникации

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 7 зачетных единиц (252 академических часа).

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов (контактная работа)	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	3	5	108/3	54	18	36	-	27	27	экзамен
Очная	3	6	144/4	54	18	36	-	54	36	экзамен
Итого очная			252/7	108	36	72		81	63	
заочная	3	6	9/0,25	2	2			7		
заочная	4	7	72/2	14	6	8		49	9	экзамен
заочная	4	8	171/4,75	14	6	8		148	9	экзамен
Итого заочная			252/7	28	14	16		204	18	

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий

Очная форма

№ п/п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоёмкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся, час		
			Контактная работа		Самостоятельная работа обучающихся
		Всего	лекции	практические занятия	
1.	Эволюция цифрового контента: как менялся контент	20	2	2	16
2.	Типы цифрового контента: текстовый, визуальный: статистический и динамический	21	4	8	9
3.	Контент-маркетинг. Понятия, основы работы	22	5	8	9
4.	Бренд-контент в цифровой среде.	19	4	9	6

№ п/ п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоемкост ь (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся, час		
			Контактная работа		Самостоятель- ная работа обучающихся
		Всего	лекции	практические занятия	
	Соотношение контента с позиционированием бренда.				
5.	Аудитория медиапотребления. Целевая аудитория	19	4	8	7
6.	Создание текстового контента	23	4	10	9
7.	Креатив: создание креативного цифрового контента	23	4	10	9
8.	Контент-стратегия и ее необходимость	22	5	8	9
9.	Анализ эффективности контент-стратегии	20	4	9	7
Всего		189	36	72	81
Экзамен		63			
Итого		252/7	36	72	81

Заочная форма

№ п/ п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоемкост ь (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся, час		
			Контактная работа		Самостоятель- ная работа обучающихся
		Всего	лекции	практические занятия	
1.	Эволюция цифрового контента: как менялся контент	9	2		7
2.	Типы цифрового контента: текстовый, визуальный: статистический и динамический	29	1	2	26
3.	Контент-маркетинг. Понятия, основы работы	29	1	2	26
4.	Бренд-контент в цифровой среде.	28	1	2	25

№ п/ п	Раздел/тема Дисциплины	Общая трудоемкост ь (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся, час		
			Контактная работа		Самостоятель- ная работа обучающихся
		Всего	лекции	практические занятия	
	Соотношение контента с позиционированием бренда.				
5.	Аудитория медиапотребления. Целевая аудитория	28	2	2	24
6.	Создание текстового контента	27	1	2	24
7.	Креатив: создание креативного цифрового контента	28	2	2	24
8.	Контент-стратегия и ее необходимость	28	2	2	24
9.	Анализ эффективности контент-стратегии	28	2	2	24
Всего		234	14	16	204
Экзамен		18			
Итого		252/7	14	16	204

4.2. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Эволюция цифрового контента: как менялся контент. Целью данной темы является изучение процесса трансформации цифрового контента по мере изменений медиасреды, формирование понимания особенностей методов создания контента.

Раздел 2. Типы цифрового контента: текстовый, визуальный: статистический и динамический. Данная тема позволит рассмотреть классификацию контента и освоить ключевые характеристики его видов, рассматривает основные методы создания контента.

Раздел 3. Контент-маркетинг. Понятия, основы работы. В рамках данной темы рассматривается контент-маркетинг, как пример эффективного направления формирования лояльности аудитории, осваиваются навыки создания контент-плана, изучаются форматы работы с контентом.

Раздел 4. Бренд-контент в цифровой среде. Соотношение контента с позиционированием бренда. Данная тема позволит освоить навыки создания брендированного контента, изучить его особенности и методы генерации, а также сформировать понимание возможностей донесения образа бренда посредством контента.

Раздел 5. Аудитория медиапотребления. Целевая аудитория. В рамках данной темы изучается понятие аудитории медиапотребления, ее основные характеристики, осваиваются навыки ее формирования.

Раздел 6. Создание текстового контента. Данная тема позволит изучить основы копирайтинга и основные методы формирования текстового контента, а также его возможности при формировании восприятия аудиторией бренда и его коммуникации

Раздел 7. Креатив: создание креативного цифрового контента. Данная тема позволит освоить основные методы и приемы, которые помогут в генерации креативного контента, а также изучить креативные методики, используемые для создания цифрового контента.

Раздел 8. Контент-стратегия и ее необходимость Целью изучения данной темы является получение базовых навыков разработки контент-стратегии бренда, изучение ее основных этапов создания и видов, используемых в соотношении с релевантной маркетинговой целью.

Раздел 9. Анализ эффективности контент-стратегии. Данная тема позволит наработать навыки аналитики контент-стратегии, изучить основные показатели ее эффективности и освоить базовые метрики.

4.3. Практические занятия / лабораторные занятия

Тема 1. Эволюция цифрового контента: как менялся контент;

Тема 2. Типы цифрового контента: текстовый, визуальный: статистический и динамический;

Тема 3. Контент-маркетинг. Понятия, основы работы;

Тема 4. Бренд-контент в цифровой среде. Соотношение контента с позиционированием бренда;

Тема 5. Аудитория медиапотребления. Целевая аудитория;

Тема 6. Создание текстового контента;

Тема 7. Креатив: создание креативного цифрового контента;

Тема 8. Контент-стратегия и ее необходимость;

Тема 9. Анализ эффективности контент-стратегии.

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. -

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> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9729-0202-6. – Текст : электронный. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, 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.

5.3. Лицензионное программное обеспечение

1. Microsoft Office Стандартный 2007 (Word, Excel, PowerPoint)
2. Доступ через интернет к бесплатным интернет-сервисам для анализа интернет-страниц и подбора ключевых слов.

5.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Поисковые системы в интернете (Yandex, Google и др.)

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. Актовый 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

В соответствии с требованиями ФГОС ВО при проведении лекционных и практических занятий, текущей и итоговой аттестации по дисциплине «Контент в цифровых медиа» предусмотрено использование современных образовательных технологий, а также активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Контент в цифровых медиа» осуществляется по последовательно-параллельной схеме на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках ОПОП и рабочего учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Лекции должны отвечать требованиям содержательности, информативности и иметь достаточный научный потенциал. В лекции важно использовать следующие приемы:

- 1) от известного к неизвестному;
- 2) от простого к сложному;
- 3) от конкретного к абстрактному.

Подробное содержание отдельных разделов дисциплины «Контент в цифровых медиа» рассматривается в рамках рабочей программы.

Тематика практических занятий по разделам дисциплины и видам занятий отражена в рабочей программе. Особенной формой практических занятий выступают практические задания, как правило, разбор кейсов. В них наилучшим образом воспроизводится реальная профессиональная подготовка и деятельность обучающихся.

Это достигается имитацией в образовательном процессе различных, динамично протекающих служебных, производственных и других профессиональных ситуаций, когда необходимо теоретические знания перевести в практическую плоскость.

Методика проведения практических занятий зависит от изучаемой темы, и преподаватель выбирает наиболее удобную форму его проведения.

В начале занятия объявляется тема, указывается её актуальность, практическая значимость и взаимосвязь с другими дисциплинами. Начинать занятия рекомендуется с разбора лекционного материала. После обсуждения отдельного вопроса обязательно следует делать обобщение или небольшой вывод, показать недостатки и положительные моменты в ответе обучающегося, разъяснять вопрос, который вызвал наибольшую сложность при ответе.

Преподаватель должен быть достаточно эмоционален в процессе всего процесса обучения, разрешать и не допускать конфликты, создавать обстановку сотрудничества и конкуренции одновременно, обеспечивать соблюдение личностных прав обучающихся.

При чтении курса лекций и проведении практических занятий необходимо придерживаться определённых принципов:

- многообразия и эффективности дидактического материала;

- партнерства, сотрудничества с обучающимися;
- смещения роли преподавателя с трансляции знаний к организации процесса их добывания;
- впитывания достижений педагогической науки, опыта, накопленного коллегами;
- творчества;
- прагматизма, планирование результатов обучения с точки зрения формирования у студентов навыков анализа и выработки моделей поведения.

Преподаватель во время проведения практических занятий должен прогнозировать развитие дискуссии и корректировать ее ход, акцентируя те моменты, на рассмотрение которых он хотел бы направлять обсуждение.

Перечень основной и дополнительной литературы и нормативных документов, а также электронных ресурсов, необходимых в ходе преподавания дисциплины «Контент в цифровых медиа» приведен в настоящей рабочей программы. Предлагаемый в рабочей программе список литературных источников будет полезен не только для обучающихся, но и для преподавателей.

Преподавателю следует ориентировать обучающихся на использование при подготовке к текущей и итоговой аттестации по дисциплине результатов наиболее поздних исследований в области маркетинга.

Контроль успеваемости обучающихся проводится на основании проверки успешности сдачи контрольных точек. Текущий контроль может проводиться в ходе опросов на практических занятиях с целью определения степени усвоения учебного материала, своевременного вскрытия недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по совершенствованию методики преподавания дисциплины, организации работы обучающихся в ходе занятий и оказания им индивидуально помощи.

Экзамен проводится в период экзаменационной сессии, после изучения всей дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом и годовым графиком учебного процесса. Главная задача экзамена состоит в выяснении и объективной оценке глубины и прочности знаний и практических навыков обучающихся, самостоятельности его мышления, умения анализировать и обобщать. Экзамен проводится традиционным образом (путем индивидуального опроса обучающихся по билетам, путем собеседования). Дополнительно обучающемуся может быть предложено выполнить практическое задание.

В первом случае для подготовки к ответам обучающемуся отводится 45 минут. По окончании ответа на вопросы билета экзаменатор может задавать обучающемуся дополнительные и уточняющие вопросы в пределах учебного материала, вынесенного на экзамен.

7.2. Методические указания обучающимся

Методические указания по освоению дисциплины.

Лекционные занятия

Проведение практических занятий по дисциплине «Контент в цифровых медиа» осуществляется в следующих формах:

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

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 «Философия». 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 «Контент в цифровых медиа» проходит в форме экзамена. Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине «Контент в цифровых медиа» 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-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах Российской Федерации иностранном(ых) языке(ах);</p> <p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">– виды и типы контента в цифровых медиа.– особенности планирования и создания контент-плана собственного цифрового информационного ресурса организации.– компании, создающие контент для цифровых медиа. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">– анализировать и оценивать разные типы контента, включая обучающий, коммерческий, новостной, коммуникативный, пользовательский, развлекательный, с точки зрения решаемых задач.– планировать время и место размещения того или иного контента на внутренних и внешних цифровых ресурсах организации.– организовывать работу с продакшн-	<p>Промежуточный контроль: экзамен</p> <p>Текущий контроль: опрос на практических занятиях;</p>	<p>Темы 1-9</p>

	<p>компаниями и фрилансерами для подготовки контента.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – базовыми навыками создания шаблонов контента для цифровых медиа. – базовыми навыками подготовки контента к публикации на внутренних и внешних цифровых ресурсах организации. – навыками деловой коммуникации с компаниями и физическими лицами, работающими на рынке цифровых медиа. 		
--	---	--	--

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

8.2.1 Критерии оценки ответа на экзамене

(формирование компетенции УК-4, 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.

Возможна сдача экзамена в форме проекта.

Критерии оценки ответа на экзамене в форме проекта

(формирование компетенции УК-4, УК-5)

«5» (отлично): обучающийся выполнил все необходимые этапы проекта, при этом демонстрируя применение теоретических знаний и практических навыков, владеет

терминами, при защите проекта показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

«4» (хорошо): обучающийся выполнил все необходимые этапы проекта, при этом демонстрируя применение теоретических знаний и практических навыков, владеет терминами, при защите проекта показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы, но при этом делает несущественные ошибки или же в проекте отсутствуют незначительные элементы, которые студент быстро компенсирует самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем.

«3» (удовлетворительно): обучающийся выполнил не все необходимые этапы проекта или же часть этапов выполнена неверно, владеет не всем перечнем необходимых инструментов и навыков при создании проекта, проявляет слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное умение делать аргументированные выводы, показывает недостаточно свободное владение монологической речью, терминами, логичностью и последовательностью изложения, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся не выполнил необходимый проект или же уровень его выполнения не соответствует заявленным параметрам и демонстрирует низкий уровень практических навыков, при этом обучающийся показывает слабое владение монологической речью в ходе презентации проекта, 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-4, 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 Критерии оценки реферата

Не предусмотрены

8.2.4. Критерии оценки тестирования

Не предусмотрены

8.2.5. 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.

Форма проведения экзамена предполагает под собой ответ на 1 теоретический вопрос и выполнение практического задания или подготовку проекта.

8.3.1. Текущий контроль (работа на практических занятиях)

Вопросы к темам

(формирование компетенции УК-4, УК-5)

Тема 1.

1. Каковы отличительные черты цифрового контента относительно традиционного?
2. Как социальные изменения оказывали влияние на развитие цифрового контента? Приведите примеры подобного
3. Как развивался цифровой контент? Назовите основные этапы.

Тема 2.

1. Какие виды классификации цифрового контента вы можете назвать? Приведите пример такой классификации
2. Дайте пояснение терминам «статический визуальный контент» и «динамический визуальный контент»;
3. Какие методы создания цифрового контента вы можете назвать?

Тема 3.

1. Что такое контент-маркетинг? На что направлена его деятельность?
2. Какие задачи решает контент-маркетинг? Приведите примеры
3. На что нужно обращать внимание при формировании контент-плана
4. Как помогает контент-маркетинг при создании положительного образа бренда?

Тема 4.

1. Дайте определение бренд-контента
2. В чем особенности бренд-контента? Назовите ключевые характеристики
3. Обозначьте виды бренд-контента

Тема 5.

1. Что понимается под аудиторией медиапотребления?
2. В чем отличие целевой аудитории бренда и аудитории его медиапотребления?
3. Какие характеристики учитываются при формировании аудитории медиапотребления?

Тема 6.

1. Какие механики создания текстового контента для социальных сетей вам известны?
2. Какие виды текстового контента вы можете назвать?
3. Что подразумевается под рерайтингом?
4. Перечислите элементы текстового контента лендинга;

Тема 7.

1. Назовите не менее трёх креативных методик создания контента;
2. На что стоит обращать внимание при формировании креативного контента?
3. Какие задачи позволяет решить креативный контент?
4. Что из себя представляет методика «синектика»?

Тема 8.

1. Назовите ключевые этапы разработки контент-стратегии;
2. Какие виды контент стратегии вам известны? Приведите примеры
3. Назовите возможные цели разработки контент-стратегии
4. Назовите характеристики контент-стратегии. В чем отличие контент-стратегии от контент-плана?

Тема 9.

1. Дайте определение термину «конверсия». Какие данные нужны для ее расчета?
2. Опишите специфику оценки эффективности контент-стратегии разных медиа-площадок;
3. Какие инструменты аналитики эффективности контент-стратегии вы знаете? Назовите не менее трех.

8.3.2. Текущий контроль (подготовка реферата)
(формирование компетенции УК-4, УК-5)**Примерные темы рефератов**

Не предусмотрены

3.3. Текущий контроль (тестирование)
(формирование компетенции УК-4, УК-5)

Не предусмотрены

8.3.4. Промежуточный контроль (вопросы к экзамену)

(формирование компетенции УК-4, УК-5)

1. Как социальные изменения оказывали влияние на развитие цифрового контента? Приведите примеры подобного;
2. Как развивался цифровой контент? Назовите основные этапы;
3. Назовите методы создания цифрового контента;
4. Дайте пояснение терминам «статический визуальный контент» и «динамический визуальный контент»;
5. Какие задачи решает контент-маркетинг? Приведите примеры;
6. Контент-план. Этапы формирования;
7. Дайте определение бренд-контента;
8. Обозначьте виды бренд-контента;
9. Что понимается под аудиторией медиапотребления?
10. Назовите виды текстового контента;
11. Назовите механики создания текстового контента для социальных сетей;
12. Что из себя представляет методика «синектика»? Назовите этапы работы данного метода;
13. Назовите не менее трёх креативных методик создания контента. Опишите этапы работы и преимущества;
14. Назовите ключевые этапы разработки контент-стратегии, ее виды и особенности;
15. Опишите специфику оценки эффективности контент-стратегии разных медиа-площадок;
16. Назовите ключевые этапы разработки контент-стратегии, ее виды и особенности;
17. Опишите специфику оценки эффективности контент-стратегии разных медиа-площадок;
18. Дайте пояснение термину диджитал-медиа-система;
19. Назовите ключевые показатели эффективности маркетинговой активности в социальных сетях;
20. Дайте пояснение термину “tone of voice”. Как он влияет на создание контента?
21. Социально-значимый контент в социальных сетях. Преимущества и особенности;
22. Типологизация контента. Виды и особенности;
23. Динамический цифровой контент. Особенности и методы применения;
24. Диджитал-медиа-система. Особенности формирования;
25. Форматы текстового цифрового контента;
26. UGC. Особенности применения;
27. PGC. Понятие и особенности;
28. UGC и PGC. Особенности и отличия;
29. Вирусный контент. Понятие и особенности формирования;
30. Геймификация, как формат цифрового контента.