

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Филологический факультет

УТВЕРЖДЕНО:
Декан
И.В. Тубалова

Рабочая программа дисциплины

Основы контент-маркетинга

по направлению подготовки

42.04.03 Издательское дело

Направленность (профиль) подготовки:
Управление контентом и медиапроектами

Форма обучения
Очная

Квалификация
Контент-продюсер – медиаменеджер

Год приема
2025

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОП
И.Ф. Гнусова

Председатель УМК
Ю.А. Тихомирова

Томск – 2025

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ОПК-1 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты..

ПК-2 Способен организовывать и контролировать подготовку, выпуск и продвижение медиапродукта с выполнением базовых принципов, норм и правил, технических условий проектной деятельности и управления ею в медиасфере.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РООПК-1.1 Знает основные формы обратной связи с потребителями медиатекстов и (или) медиапродуктов;

методы исследования рынка медиапродуктов

РООПК-1.2 Умеет: применять традиционные и инновационные подходы к анализу потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты;

прогнозировать спрос на медиатексты и (или) медиапродукты на основании исследования рынка медиапродуктов

РОПК-2.1 Знает сущностные характеристики медиапродуктов разных видов, жанров, стилей и форматов, а также нормативные и технологические требования к их подготовке к выпуску и производству;

базовые принципы, нормы и правила, технические условия проектной (включая командную) деятельности и управления ею в медиасфере;

основы организации и контроля подготовки и выпуска медиапродукта, а также его продвижения на рынок

РОПК-2.2 Умеет управлять медиапроектами разных видов, жанров, стилей и форматов, с учетом их сущностных характеристик, нормативных и технологических требований к их подготовке к выпуску и производству, а также базовых принципов, норм и правил, технических условий проектной (включая командную) деятельности и управления ею в медиасфере;

организовывать подготовку, выпуск и продвижение медиапродуктов на рынок; контролировать подготовку, выпуск и качество медиапродукта, а также эффективность его продвижения на рынок.

2. Задачи освоения дисциплины

– научиться применять знания о своеобразии культур для разработки коммуникационной стратегии;

– освоить методы анализа и оценки читательской аудитории и конкурентной среды в соответствии с релевантным социокультурным контекстом, а также экономической ситуации с применением современных технологий;

– сформировать устойчивое понимание основ разработки концепции электронного издания на современном издательском рынке, включая формирование базовой сопроводительной документации;

– научиться прогнозировать возможные риски в профессиональной деятельности с учетом различных вариантов развития событий на рынке.

3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1.

4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине

Семестр 2, зачет.

5. Входные требования для освоения дисциплины

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

6. Язык реализации

Русский.

7. Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 часа, из которых:

- лекции: 4 ч.;
- практические занятия: 20 ч.
в том числе практическая подготовка: 20 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам

Тема 1. Типы контента.

- 1.1 Текстовый контент
- 1.2 Видеоконтент
- 1.3 Графический контент
- 1.4 Коммуникационные задачи контента

Тема 2. Создание контента.

- 2.1 Составление брифа и технического задания
- 2.2 Редакционная политика и концепция
- 2.3 Команда и работа с подрядчиками
- 2.4 Поисковая оптимизация контента

Тема 3. Каналы распространения контента.

- 3.1 Мессенджеры и блоги
- 3.2 Рассылки
- 3.3 Сайт как СМИ
- 3.4 Комьюнити-менеджмент в социальных сетях

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине осуществляется путем проведения дискуссий на вебинарах, тестирования по лекционному материалу, кейс-заданий по темам, выполнения домашних заданий и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр. Оценивание элементов текущего контроля проводится по балльно-рейтинговой системе.

Максимальное количество баллов – 70.

Максимальное количество баллов по видам работы:

- текущее тестирование – 20 баллов
- активность работы на семинарских занятиях – 20 баллов
- выполнение домашних заданий – 30 баллов

Положительный результат прохождения текущей аттестации является допуском к прохождению промежуточной аттестации (итоговому тестированию).

Выполнение указанных выше видов работ способствует формированию компетенций; оценка уровня их сформированности осуществляется на промежуточной аттестации.

Для получения общей оценки «аттестован» за текущую аттестацию студенту необходимо набрать 50–70 баллов.

В полном объеме средства оценивания для текущей аттестации находятся в LMS IDO (<https://lms.tsu.ru/course/view.php?id=34993>).

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Итоговой формой оценки по дисциплине является экзамен. Промежуточная аттестация осуществляется в форме итогового тестирования. Итоговое тестирование проводится в дистанционном асинхронном режиме. Тест состоит из 30 вопросов по материалам курса, которые оцениваются в соответствии с ключом (каждый верный ответ — 1 балл). Время на прохождение теста — 90 минут.

Итоговый экзамен оценивается оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Оценка складывается из рейтинговых баллов, набранных в течение семестра по результатам текущей аттестации, и баллов за итоговый тест.

Результат «отлично» выставляется в случае, если общий балл более 80.

Результат «хорошо» выставляется в случае, если общий балл от 60 до 79.

Результат «удовлетворительно» выставляется в случае, если общий балл от 40 до 59.

Результат «неудовлетворительно» выставляется в случае, если общий балл менее 40.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине на образовательной платформе <https://lms.tsu.ru/course/view.php?id=34993>.

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине — <https://lms.tsu.ru/course/view.php?id=34993>.

в) План практических занятий по дисциплине — <https://lms.tsu.ru/course/view.php?id=34993>

г) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов — <https://lms.tsu.ru/course/view.php?id=34993>

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

а) основная литература:

1. Климович, Н. Г. Контент: топовые техники SEO-продвижения: практическое пособие: [16+] / Н. Г. Климович. — Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2021. — 320 с.: ил., табл., граф. — URL: <https://koha.lib.tsu.ru/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=973403>. — ISBN 978-5-9729-0597-3. — Текст: электронный.

2. Ильяхов, М. О. Пиши, сокращай : как создавать сильный текст / Максим Ильяхов, Людмила Сарычева. — 3-е изд.. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 439 с.: ил. — ISBN 9785961465266.

3. Кот, Д. Продающие тексты : модель для сборки : копирайтинг для всех / Дмитрий Кот. — Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2019. — 191, [1] с.: ил., табл. — ISBN 9785446111084.

б) дополнительная литература:

1. Эйнштейн, М. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / Эйнштейн М. — М.: Альпина Паблишер, 2017. — 301 с. ISBN 978-5-9614-6243-2. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003009>. — Текст: электронный.
2. Щербаков, С. Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM-менеджера: практическое руководство / С. Щербаков. — 2-е изд. — Санкт-Петербург: Питер, 2017. — 320 с. — ISBN 978-5-496-03019-9. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1789508>. — Текст: электронный.
3. Сенаторов, А. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях: Учебное пособие / Сенаторов А. — М. : Альпина Паблишер, 2016. — 153 с.: ISBN 978-5-9614-5526-7. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1002559>. — Текст: электронный.
4. Каплунов Д. А. Контент, маркетинг и рок-н-ролл : книга-муза для покорения клиентов в интернете / Денис Каплунов. — 6-е изд. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2021. — 379, [1] с.: ил. — ISBN 9785001698326.
5. Банкин, А. Контент-маркетинг для роста продаж. — (Серия «Маркетинг для профессионалов») / А. Банкин. — Санкт-Петербург : Питер, 2019. — 272 с. — ISBN 978-5-4461-1075-9. — URL: <https://ibooks.ru/bookshelf/376986/reading>. — Текст: электронный.

в) ресурсы сети Интернет:

- Открытые онлайн-курсы
- Общероссийская Сеть КонсультантПлюс <http://www.consultant.ru>

13. Перечень информационных технологий

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);
- публично доступные облачные технологии (Google Docs, Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

- Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ – <http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>
- Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ – <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>
- ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>
- ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>
- Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>
- ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>
- ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

14. Материально-техническое обеспечение

Занятия по учебной дисциплине проводятся с использованием дистанционных образовательных технологий. Каждый обучающийся обеспечен доступом к образовательной платформе <https://lms.tsu.ru/>

15. Информация о разработчиках

Михайленко Кристина Антоновна, аспирант, преподаватель кафедры общего литературоведения, издательского дела и редактирования ФилФ НИ ТГУ.