

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

Филологический факультет

УТВЕРЖДАЮ:

Декан филологического факультета


_____ И.В. Тубалова

« 30 » 08 _____ 2024 г.

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

2024

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

_____ И.А. Айзикова

Председатель УМК

_____ Ю.А. Тихомирова

1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины (модуля)

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

1. Определять специализации в области маркетинга.
2. Выбирать площадки для продвижения в России.
3. Предлагать план публикаций (контент-план) на месяц.
4. Называть полезные сервисы для улучшения текстов.
5. Разрабатывать рекламную кампанию.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к Блоку 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина относится к части образовательной программы, формируемой участниками образовательных отношений, является обязательной для изучения.

Дисциплина входит в модуль «Управление медиапроектами».

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

Второй семестр, зачет.

5. Входные требования для освоения дисциплины

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

Для успешного освоения дисциплины требуются результаты обучения по следующим дисциплинам:

- Форматы текстового контента
- Технологии создания медиаконтента
- Основы эффективной коммуникации

6. Язык реализации

Русский

7. Объем дисциплины (модуля)

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

– лекции: 4 ч.;

– практические занятия: 20 ч.;

в том числе практическая подготовка: 0 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

8. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам

Тема 1 Введение

Краткое содержание темы:

Постановка задач, мотивация, актуализация имеющихся знаний и представлений.

Тема 2: Создание интересного контента

- Краткое содержание темы:
- Формирование целей присутствия, УТП, изучение конкурентов.
- Обзор площадок для размещения контента (VK и Telegram)
- Создание контент-плана
- Виды контента
- Создание визуала
- Работа с нейросетями

Тема 3: Создание и оформления площадок

- Как создавать площадку в популярных социальных сетях,
- Написание сценариев для чат-ботов

Тема 4: Планирование и продвижение

Краткое содержание темы:

- Изучение Telegram-биржи, таргет, рекламные интеграции
- Составление медиа-плана

Тема 5: Итоговое занятие

Краткое содержание темы:

Защита проекта.

Презентация продвижения своего бизнеса/бизнеса клиента в виде презентации.

Наполнение:

- Формулировка целей продвижения
- Создание и оформление канала/группы

- Написание контент-плана на 1 месяц с обоснованными целями и ожидаемыми результатами
- Написание 4 постов
- Создание визуала
- Продумать план продвижения

9. Текущий контроль по дисциплине

Текущий контроль по дисциплине осуществляется путем проверки домашних работ.

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» – <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

Зачет во втором семестре проводится в качестве защиты-презентации итоговой работы. Продолжительность зачета 2 часа.

Будет проходить как представление проектов на основе выполненных заданий в течение семестра.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» – <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

11. Учебно-методическое обеспечение

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» – <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (<https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>).

в) План семинарских / практических занятий по дисциплине.

г) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет

в) ресурсы сети Интернет:

<https://glvrd.ru/>

<https://giga.chat/>

<https://a.ya.ru/>

<https://fusionbrain.ai/>

<https://gamma.app/signup>

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>

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

Нарожная Ольга Юрьевна, Томский государственный университет, специалист по связям с общественностью