

Документ подписан простой электронной подписью.
Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 23.06.2022 11:12:27

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

**Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**

«Самарский государственный экономический университет»

Институт Менеджмента

Институт

Кафедра

Маркетинга, логистики и рекламы

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета

(протокол № 9 от 31 мая 2022 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины

Б1.В.ДЭ.02.01 Контент-маркетинг

Основная профессиональная образовательная программа

38.04.02 Менеджмент программа Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации

Квалификация (степень) выпускника магистр

Самара 2022

Содержание (рабочая программа)

Стр.

- 1 Место дисциплины в структуре ОП
- 2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе
- 3 Объем и виды учебной работы
- 4 Содержание дисциплины
- 5 Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
- 6 Фонд оценочных средств по дисциплине

Целью изучения дисциплины является формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

1. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Контент-маркетинг входит в часть, формируемая участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору) блока Б1. Дисциплины (модули)

Предшествующие дисциплины по связям компетенций: Современные проблемы менеджмента, Стратегическое маркетинговое планирование, Управление поведением потребителей

Последующие дисциплины по связям компетенций: Медиапланирование, Маркетинговая аналитика

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Изучение дисциплины Контент-маркетинг в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Универсальные компетенции (УК):

УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
УК-1	УК-1.1: Знать:	УК-1.2: Уметь:	УК-1.3: Владеть (иметь навыки):
	процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения	принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий	методами установления причинно-следственных связей и определения наиболее значимых среди них; методиками постановки цели и определения способов ее достижения; методиками разработки стратегий действий при проблемных ситуациях

УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
УК-2	УК-2.1: Знать:	УК-2.2: Уметь:	УК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	методы управления проектами; этапы жизненного цикла проекта	разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов; разрабатывать проекты, определять целевые этапы и основные направления работ	навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере; методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен владеть методами организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов)

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
ПК-2	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	методы организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров, услуг, брендов	организовать и запустить коммуникационные (рекламные) кампании в области товаров, услуг, брендов	методами организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров, услуг, брендов

3. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего час/ з.е.
	Сем 3
Контактная работа, в том числе:	8.15/0.23
Занятия лекционного типа	4/0.11
Занятия семинарского типа	4/0.11
Индивидуальная контактная работа (ИКР)	0.15/0
Самостоятельная работа:	81.85/2.27
Промежуточная аттестация	18/0.5
Вид промежуточной аттестации:	
Зачет	Зач
Общая трудоемкость (объем части образовательной программы): Часы	108
Зачетные единицы	3

4. Содержание дисциплины

4.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий:

Тематический план дисциплины Контент-маркетинг представлен в таблице.

Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контактная работа				Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по образовательной программе
		Лекции	Занятия семинарского типа		ИКР		
			Практич. занятия	ГКР			
1.	Теоретические основы контент-маркетинга	2	2			41,85	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, ПК- 2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
2.	Инструменты контент-маркетинга	2	2			40	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-2.1, УК-

							2.2, УК-2.3, ПК- 2.1, ПК-2.2, ПК-2.3
	Контроль	18					
	Итого	4	4	0.15		81.85	

4.2 Содержание разделов и тем

4.2.1 Контактная работа

Тематика занятий лекционного типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия лекционного типа*	Тематика занятия лекционного типа
1.	Теоретические основы контент-маркетинга	лекция	Теоретические основы контент-маркетинга
2.	Инструменты контент-маркетинга	лекция	Инструменты контент-маркетинга

*лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся

Тематика занятий семинарского типа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид занятия семинарского типа**	Тематика занятия семинарского типа
1.	Теоретические основы контент-маркетинга	практическое занятие	Теоретические основы контент-маркетинга
2.	Инструменты контент-маркетинга	практическое занятие	Инструменты контент-маркетинга

** семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия

Иная контактная работа

При проведении учебных занятий СГЭУ обеспечивает развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств (включая при необходимости проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, ролевых игр, тренингов, анализ ситуаций и имитационных моделей, преподавание дисциплин (модулей) в форме курсов, составленных на основе результатов научных исследований, проводимых организацией, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

Формы и методы проведения иной контактной работы приведены в Методических указаниях по основной профессиональной образовательной программе.

4.2.2 Самостоятельная работа

№п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Вид самостоятельной работы ***
1.	Теоретические основы контент-маркетинга	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование
2.	Инструменты контент-маркетинга	- подготовка доклада - подготовка электронной презентации - тестирование

*** самостоятельная работа в семестре, написание курсовых работ, докладов, выполнение контрольных работ

5. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Литература:

Основная литература

Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN

978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/486386>

Дополнительная литература

Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469356>

Литература для самостоятельного изучения

Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 436 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03565-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490858>

5.2. Перечень лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows 10 Education / Microsoft Windows 7 / Windows Vista Business
2. Office 365 ProPlus, Microsoft Office 2019, Microsoft Office 2016 Professional Plus (Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher) / Microsoft Office 2007 (Word, Excel, Access, PowerPoint)

5.3 Современные профессиональные базы данных, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия» - <http://www.gov.ru/>)
2. Профессиональная база данных «Финансово-экономические показатели Российской Федерации» (Официальный сайт Министерства финансов РФ - <https://www.minfin.ru/ru/>)
3. Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики - <http://www.gks.ru/>)

5.4. Информационно-справочные системы, к которым обеспечивается доступ обучающихся

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
2. Справочно-правовая система «ГАРАНТ-Максимум»

5.5. Специальные помещения

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран

	Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГЭУ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования

5.6 Лаборатории и лабораторное оборудование

6. Фонд оценочных средств по дисциплине Контент-маркетинг:

6.1. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля	Отметить нужное знаком «+»
Текущий контроль	Оценка докладов	+
	Тестирование	+
	Практические задания	+
Промежуточный контроль	Зачет	+

Порядок проведения мероприятий текущего и промежуточного контроля определяется Методическими указаниями по основной профессиональной образовательной программе высшего образования, утвержденными Ученым советом ФГАОУ ВО СГЭУ, протокол № 9 от 31.05.2022; Положением о балльно-рейтинговой системе оценки успеваемости обучающихся по основным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Самарский государственный экономический университет».

6.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов обучения по программе

Универсальные компетенции (УК):

УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		УК-1.1: Знать: процедуры критического анализа, методики анализа результатов исследования и разработки стратегий	УК-1.2: Уметь: принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем,

	проведения исследований, организации процесса принятия решения	принятия решений и разработки стратегий	постановки цели и определения способов ее достижения; методиками разработки стратегий действий при проблемных ситуациях
Пороговый	процедуры критического анализа	Анализировать проблемы и результаты принятия решений	методами установления причинно-следственных связей
Стандартный (в дополнение к пороговому)	методики анализа результатов исследования	принимать конкретные решения для повышения эффективности управленческих процедур	методиками постановки цели и определения способов ее достижения
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	методики анализа результатов исследования и разработки стратегий проведения исследований, организации процесса принятия решения	принимать конкретные решения для повышения эффективности процедур анализа проблем, принятия решений и разработки стратегий	методиками разработки стратегий действий при проблемных

УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	УК-2.1: Знать:	УК-2.2: Уметь:	УК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	методы управления проектами; этапы жизненного цикла проекта	разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов; разрабатывать проекты, определять целевые этапы и основные направления работ	навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере; методами оценки эффективности проекта, а также потребности в ресурсах
Пороговый	методы управления проектами	разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов;	навыками разработки проектов
Стандартный (в дополнение к пороговому)	этапы жизненного цикла проекта	разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для достижения намеченных результатов; разрабатывать проекты	навыками разработки проектов в сфере маркетинга
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	методы управления проектами; этапы жизненного цикла проекта	разрабатывать и анализировать альтернативные варианты проектов для	навыками разработки проектов в избранной профессиональной сфере; методами оценки

		достижения намеченных результатов; разрабатывать проекты, определять целевые этапы и основные направления работ	эффективности проекта, а также потребности в ресурсах
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------

Профессиональные компетенции (ПК):

ПК-2 - Способен владеть методами организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров (услуг, брендов)

Планируемые результаты обучения по программе	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
	ПК-2.1: Знать:	ПК-2.2: Уметь:	ПК-2.3: Владеть (иметь навыки):
	методы организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров, услуг, брендов	организовать и запустить коммуникационные (рекламные) кампании в области товаров, услуг, брендов	методами организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров, услуг, брендов
Пороговый	методы коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров, услуг, брендов	организовать коммуникационные (рекламные) кампании в области товаров, услуг, брендов	методами организации коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров, услуг, брендов
Стандартный (в дополнение к пороговому)	методы проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров, услуг, брендов	запустить коммуникационные (рекламные) кампании в области товаров, услуг, брендов	методами проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров, услуг, брендов
Повышенный (в дополнение к пороговому, стандартному)	методы организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров, услуг, брендов	организовать и запустить коммуникационные (рекламные) кампании в области товаров, услуг, брендов	методами организации и проведения коммуникационных (рекламных) кампаний в области товаров, услуг, брендов

6.3. Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Контролируемые планируемые результаты обучения в соотношении с результатами обучения по программе	Вид контроля/используемые оценочные средства	
			Текущий	Промежуточный
1.	Теоретические основы контент-маркетинга	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Оценка докладов Тестирование	Зачет
2.	Инструменты контент-маркетинга	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3	Оценка докладов Тестирование Практические задания	Зачет

6.4. Оценочные материалы для текущего контроля

Примерная тематика докладов

Раздел дисциплины	Темы
Теоретические основы контент-маркетинга	Мониторинг дискуссий в digital пространстве Определение территории бренда для контент-маркетинга Определение роли сообществ бренда Корпоративная значимость контента
Инструменты контент-маркетинга	Инструменты создания текстового контента Инструменты создания видеоконтента Разработка контент стратегии Составляющие и формы социального взаимодействия. Коммуникативные и репутационные риски при разработке контент - стратегий. Средства обработки контента Программы управления контентом.

Практические задания

Раздел дисциплины	Задание
Инструменты контент-маркетинга	Задание: Контент-анализ аккаунта в социальной сети Выполните анализ контента сообщества социальной сети по направлению (на выбор): личный блог, бьюти-блок, профессиональное сообщество, спортивный блог, маркетинг и продажи, развлекательное сообщество. 1. Определите целевую аудиторию сообщества согласно пользовательским задачам. 2. Опишите основные типы контента, которые присутствуют в сообществе. 3. Выявите наиболее популярные темы, которые вызывают больший интерес у подписчиков. 4. Оцените уровень взаимодействия администрации сообщества с участниками - обратная связь, интерактивы, обновления и т.п. 5. Оцените степень уникальности контента в сообществе, наличие собственных идей контента. 6. Сделайте выводы относительно соответствия контента сообщества интересам целевой аудитории

6.5. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Фонд вопросов для проведения промежуточного контроля в форме зачета

Раздел дисциплины	Вопросы
Теоретические основы контент-маркетинга	Основные принципы и методы поддержки сайтов. Особенности выбора и типы целевых аудиторий в Интернете. Внутренняя и внешняя оптимизация сайтов в Интернете. Конкурс как инструмент лидогенерации. Медийная и контекстная реклама. Сущность, цели, применение. Электронный журнал. Сущность, цели, виды, применение. Электронный журнал. Структура электронного журнала. Отзывы как инструмент продвижения компании в Интернете. Социальные сети в лидогенерации. Определение, цели, применение. Конференции, семинары, тематические форумы. Партнерский маркетинг. Сущность, цели, применение. Управление мнением сообществ в социальных сетях.

	Интернет-магазины. Сущность, цели, типы, применение.
Инструменты контент-маркетинга	Лидогенерация. Основные принципы и методы привлечения клиентов в виртуальной среде. Правило «золотого сечения» в построении контента в виртуальном пространстве. Фронтенд. Сущность, цели, виды, применение. Подписная страница. Сущность, цели, виды, применение. Формы продаж в Интернете.

6.6. Шкалы и критерии оценивания по формам текущего контроля и промежуточной аттестации

Шкала и критерии оценивания

Оценка	Критерии оценивания для мероприятий контроля с применением 2-х балльной системы
«зачтено»	УК-1, УК-2, ПК-2
«не зачтено»	Результаты обучения не сформированы на пороговом уровне