

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Минцаев Магомед Шавалович
Должность: Ректор
Дата подписания: 25.11.2024 13:53:08
Уникальный программный ключ:
236bcc35c296f119d6aafdc22846a21d557db5073f1a86843845825b9784304dc

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ
ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

имени академика М.Д. Миллионщикова

«УТВЕРЖДАЮ»

Первый проректор

И.Г. Гайрабеков



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины

«Контент-менеджмент»

Направление подготовки/специальность

42.03.05 Медиакоммуникации

Направленность/специализация

«Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде»

Квалификация

Бакалавр

Год начала подготовки

2025

Грозный – 2024

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является подготовка обучающихся к организационно-управленческому виду деятельности по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации (профиль подготовки: Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде) посредством обеспечения этапов формирования компетенций, предусмотренных ФГОС, в части представленных ниже знаний, умений и навыков.

Задачами дисциплины является изучение понятийного аппарата дисциплины, основных теоретических положений и методов, формирование умений и привитие навыков применения теоретических знаний для решения практических и прикладных задач.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к «Часть, формируемая участниками образовательных отношений» блока 1.

В свою очередь, данный курс, помимо самостоятельного значения, является предшествующей дисциплиной для курсов: «Визуальная культура и практики визуализации», «Эффективный медиатекст».

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Таблица 1

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)
Общепрофессиональные		
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиапроекты, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку медиапроектов и (или) медиапродуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знает основные принципы и методы создания востребованных медиатекстов и медиапродуктов, нормы и требования к текстам на русском и иностранных языках, особенности знаковых систем и их использование в медиапроектах, а также тенденции и тренды в медиапромышленности. Умеет создавать медиатексты и медиапродукты, соответствующие нормам языка и особенностям знаковых систем, разрабатывать коммуникационные продукты, отвечающие требованиям современного медиапейза и востребованные аудиторией, использовать знания о культурных и языковых особенностях для адаптации контента и его интеграции в медиапроекты.

		Владеет навыками создания медиапродуктов, соответствующих современным требованиям и запросам рынка, способностью адаптировать медиатексты и коммуникационные продукты под разные культурные и языковые контексты, а также опытным применением принципов и норм для обеспечения качества и востребованности медиаконтента.
--	--	---

Профессиональные

ПК-3. способен участвовать в планировании и создании интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства	ПК-3.1. Знает основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний ПК-3.2. Умеет планировать интегрированные маркетингово-коммуникационные кампании, применяющие мультимедийные и интерактивные средства ПК-3.3. Владеет навыками создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства	Знает основные методы планирования и создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, принципы применения мультимедийных и интерактивных средств в контексте маркетинга и коммуникации, а также технологии и инструменты, используемые для разработки и реализации кампаний. Умеет разрабатывать и реализовывать интегрированные маркетингово-коммуникационные кампании, используя мультимедийные и интерактивные средства, планировать и координировать создание контента для различных платформ и каналов, обеспечивая их интеграцию в общую кампанию, применять современные инструменты и технологии для создания эффективных коммуникационных стратегий. Владеет навыками разработки комплексных маркетинговых кампаний, включая создание контента для различных медиа-форматов, способностью координировать работу с различными средствами и каналами коммуникации для достижения целей кампании, а также знанием принципов и технологий, необходимых для успешного управления интегрированными коммуникационными проектами.
--	--	---

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Таблица 2

Вид учебной работы	Всего часов/ зач.ед.
	ОФО 7 семестр
Контактная работа (всего)	68/1,8
В том числе:	
Лекции	34/0,9
Практические занятия	34/0,9
Семинары	
Лабораторные работы	
Самостоятельная работа (всего)	76/2,2
В том числе:	
Курсовая работа (проект)	
Расчетно-графические работы	
Индивидуальное задание	
Рефераты	
Доклады	36/1
Презентации	
<i>И (или) другие виды самостоятельной работы:</i>	
Подготовка к лабораторным работам	
Подготовка к практическим занятиям	20/0,6
Подготовка к зачету	
Подготовка к экзамену	20/0,6
Вид отчетности	Экзамен
Общая трудоемкость дисциплины	144

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы дисциплины и виды занятий

Таблица 3

№ п/п	Наименование раздела дисциплины по семестрам	Часы лекц. занятий ОФО	Часы практ. занятий ОФО
1.	Тема 1. Основы контент-менеджмента: концепции и принципы.	2	2
2.	Тема 2. Типы и форматы контента: текст, изображение, видео, аудио.	2	2
3.	Тема 3. Стратегия контента: создание и управление.	4	4
4.	Тема 4. Аудитория и ее потребности: анализ целевой аудитории.	2	2
5.	Тема 5. SEO и контент: оптимизация для поисковых систем.	2	4
6.	Тема 6. Контент для социальных сетей: принципы и особенности.	2	2
7.	Тема 7. Автоматизация контент-менеджмента: инструменты и платформы.	2	4
8.	Тема 8. Контент-маркетинг: привлечение аудитории через контент.	4	2
9.	Тема 9. Аналитика контента: инструменты и методы анализа эффективности.	4	4
10.	Тема 10. Управление контентом на веб-платформах: CMS и их возможности.	4	4
11.	Тема 11. Визуальный контент: создание и редактирование.	4	2
12.	Тема 12. Этика и правовые аспекты контент-менеджмента	2	2
	ИТОГО	34	34

5.2. Лекционные занятия

Таблица 4

Раздел	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела
7 –й семестр		
1	Тема 1. Основы контент-менеджмента: концепции и принципы.	Определение контент-менеджмента. Роль контент-менеджера в современном бизнесе. Цикл управления контентом.
2	Тема 2. Типы и форматы контента: текст, изображение, видео, аудио.	Разновидности контента: текст, графика, видео, аудио. Преимущества и недостатки различных форматов. Тренды в форматах контента.
3	Тема 3. Стратегия контента: создание и управление.	Цели и задачи контент-стратегии. Алгоритм разработки контент-стратегии. Выбор платформ и каналов распространения.
4	Тема 4. Аудитория и ее потребности: анализ целевой аудитории.	Определение целевой аудитории. Методы сегментации и анализа. Адаптация контента под аудиторию.
5	Тема 5. SEO и контент: оптимизация для поисковых систем.	Основы SEO. SEO-оптимизация текстового и визуального контента. Алгоритмы ранжирования и их влияние на контент.
6	Тема 6. Контент для социальных сетей: принципы и особенности.	Особенности контента для различных соцсетей. Стратегии продвижения контента в социальных сетях. Визуальный контент для соцсетей.
7	Тема 7. Автоматизация контент-менеджмента: инструменты и платформы.	Основные платформы для управления контентом. Возможности автоматизации. Управление публикациями через CMS.
8	Тема 8. Контент-маркетинг: привлечение аудитории через контент.	Принципы контент-маркетинга. Разработка и реализация контент-маркетинговых кампаний. Интеграция контента в общие маркетинговые стратегии.
9	Тема 9. Аналитика контента: инструменты и методы анализа эффективности.	Инструменты для анализа эффективности контента. Метрики для оценки контента. Как улучшить контент на основе аналитики.
10	Тема 10. Управление контентом на веб-платформах: CMS и их возможности.	Инструменты для анализа эффективности контента. Метрики для оценки контента. Как улучшить контент на основе аналитики.
11	Тема 11. Визуальный контент: создание и редактирование.	Принципы визуального контента. Инструменты для создания графики и видео. Основы редактирования изображений и видео.
12	Тема 12. Этика и правовые аспекты контент-менеджмента	Авторские права и лицензионные соглашения. Правила использования пользовательского контента. Этические нормы в контенте.

5.3. Практические (семинарские) занятия

Таблица 5

№ п/ п	Наименование работы	Содержание практической работы
7 – й семестр		
1	Практическая работа 1.	Цель практической работы: «Разработка контент-стратегии» Исследование целевой аудитории. Выбор форматов и каналов для распространения контента. Разработка плана контент-стратегии для медиапроекта.
2	Практическая работа 2.	Цель практической работы: «Создание текстового контента» Написание и редактирование текстов для различных цифровых платформ. Оптимизация текстов под SEO и ключевые слова. Адаптация текстового контента под аудиторию.
3	Практическая работа 3.	Цель практической работы: «Визуализация контента» Создание графического контента. Работа с инструментами для создания изображений и графики. Адаптация визуального контента для разных цифровых платформ.
4	Практическая работа 4.	Цель практической работы: «Создание контента для социальных сетей» Подготовка текстового, визуального и мультимедийного контента для социальных сетей. Анализ трендов и форматов для соцсетей. Планирование публикаций.
5	Практическая работа 5.	Цель практической работы: «Курирование контента» Организация и структурирование контента для сайта. Использование инструментов для курирования и управления контентом. Автоматизация процесса публикации контента.
6	Практическая работа 6.	Цель практической работы: «Аналитика контента» Работа с аналитическими инструментами. Оценка эффективности контент-стратегии. Анализ поведения аудитории с помощью метрик и аналитических данных.
7	Практическая работа 7.	Цель практической работы: «Адаптация контента для мобильных устройств» Тестирование контента на мобильных платформах. Оптимизация текстового и визуального контента для мобильных интерфейсов. Улучшение пользовательского опыта.
8	Практическая работа 8.	Цель практической работы: «Создание мультимедийного контента» Разработка и создание видео- и аудиоматериалов для медиапроекта. Использование программ для редактирования видео и аудио. Интеграция мультимедийного контента на платформы.
9	Практическая работа 9.	Цель практической работы: «Работа с интерактивным контентом» Создание интерактивных элементов (викторины, опросы, анимации). Анализ успешных кейсов внедрения интерактивного контента в медиапроекты.

10	Практическая работа 10.	Цель практической работы: «Правовые аспекты контент-менеджмента» Разбор реальных кейсов с нарушением авторских прав. Оценка и разработка стратегии правильного лицензирования и защиты контента.
11	Практическая работа 11.	Цель практической работы: «Контент для корпоративных сайтов» Создание структуры корпоративного сайта. Взаимодействие с клиентами через контент. Подготовка текстов и визуального контента для сайта компании.
12	Практическая работа 12.	Цель практической работы: «Презентация и защита проекта» Подготовка итоговой презентации медиапроекта. Разработка структуры и ключевых аспектов презентации. Оценка работы и планирование дальнейших улучшений на основе обратной связи.

5.4 Лабораторные занятия

Лабораторные занятия учебным планом не предусмотрены.

6. Самостоятельная работа студентов по дисциплине

6.1. Подготовка докладов

Вопросы для самостоятельного изучения представлены темами для изучения. Отчетностью по данным вопросам является сдача доклада по изученной теме. Доклад сдается за неделю до начала 2-й рубежной аттестации, тематика докладов отдается студентам на первых занятиях.

Доклад принимается преподавателем в установленное время. В электронном виде. Папка с докладом должна содержать 2 файла: MS Word-сам доклад, MS Power Point.

MS Word- доклад, выполненный с учетом требований к выполнению подобного рода работ. Доклад должен включать введение, и главу с раскрытием обозначенной проблемы. В данной главе должен содержаться пункт и предложении по оптимизации или решению рассмотренной проблемы. В заключении отображаются источники использованной литературы.

Темы докладов (7 семестр)

1. Роль контент-менеджера в современной цифровой среде.
2. Основные типы контента и их роль в медиапроектах.
3. Разработка контент-стратегии для различных платформ.
4. Важность целевой аудитории в контент-менеджменте.
5. Текстовый контент: принципы написания и адаптация под SEO.
6. Оптимизация контента для социальных сетей.
7. Тренды в визуальном контенте для цифровых платформ.
8. Как сделать контент вирусным: стратегии и примеры.
9. Взаимодействие текстового и визуального контента в медиапроектах.
10. Мультимедийный контент: создание и продвижение.
11. Методы курирования контента для корпоративных сайтов.
12. Аналитика контента: ключевые метрики и их использование.
13. Лицензирование и авторское право в контент-менеджменте.
14. Оптимизация контента для мобильных устройств.
15. Интерактивный контент: способы повышения вовлеченности аудитории.
16. Использование видеоконтента для привлечения целевой аудитории.
17. Важность визуальной коммуникации в создании контента.
18. Контент для e-commerce: стратегии создания и продвижения.
19. Персонализация контента: зачем и как ее использовать.
20. Особенности работы с пользовательским контентом.
21. Стратегии продвижения контента в социальных сетях.
22. Как использовать инфографику для улучшения контент-стратегии.
23. Адаптация международного контента под локальную аудиторию.
24. Использование подкастов как элемента контент-стратегии.
25. Эффективное планирование публикаций в рамках контент-менеджмента.
26. Контент-маркетинг: как контент влияет на бренд и продажи.
27. Как использовать данные аналитики для улучшения контента.
28. Будущее контент-менеджмента: тенденции и инновации.
29. Инструменты для автоматизации создания и распространения контента.
30. Эффективное взаимодействие с авторами и креативными командами в контент-менеджменте.

7. Оценочные средства

7.1. Вопросы к первой рубежной аттестации (7 семестр)

1. Понятие контент-менеджмента, его цели и задачи.
2. Основные виды контента и их роль.
3. Каналы распространения контента: социальные сети, блоги, сайты.
4. Взаимосвязь контент-стратегии и маркетинговой стратегии.
5. Выбор целевой аудитории и сегментация.
6. Анализ поведения аудитории в контент-менеджменте.
7. Особенности работы с текстовым контентом.
8. Принципы написания и редактирования текстового контента.
9. Инструменты автоматизации создания и публикации контента.
10. Визуальный контент: графика, изображения, видео.
11. Принципы работы с визуальным контентом.
12. Способы привлечения внимания через визуальные элементы.
13. Видео как элемент контент-стратегии.
14. Способы увеличения вовлеченности аудитории.
15. Стратегии продвижения контента на различных платформах.
16. Адаптация контента под разные платформы и устройства.

*Образец аттестационного билета
(за 1 рубежную аттестацию)*

**Грозненский государственный нефтяной технический университет
им. акад. М.Д. Миллионщикова
ИЦЭ и ТП
Семестр «_7_»
Дисциплина «Контент-менеджмент»
Билет № 1**

1. Анализ поведения аудитории в контент-менеджменте.
2. Видео как элемент контент-стратегии.

Подпись преподавателя_____ **Подпись заведующего кафедрой**_____

Вопросы ко второй рубежной аттестации (7 семестр)

1. Определение контент-стратегии для мобильных устройств.
2. Принципы SEO-оптимизации контента.
3. Работа с ключевыми словами в текстовом контенте.
4. Методы повышения видимости контента в поисковых системах.
5. Важность анализа конкурентов в контент-менеджменте.
6. Разработка контент-плана и календаря публикаций.
7. Инструменты для автоматизации публикации контента.
8. Применение аналитических данных для улучшения контента.
9. Основные метрики контент-менеджмента.
10. Анализ эффективности контент-стратегии.
11. Роль контент-менеджера в управлении командой.
12. Подготовка контента к публикации.
13. Редактирование и проверка качества контента.
14. Применение визуальной аналитики для оценки контента.
15. Принципы работы с мультимедийным контентом.
16. Адаптация международного контента под локальные аудитории.

*Образец аттестационного билета
(за 2 рубежную аттестацию)*

Грозненский государственный нефтяной технический университет

им. акад. М.Д. Миллионщикова

ИЦЭ и ТП

Семестр «_7_»

Дисциплина «Контент-менеджмент»

Билет № 1

1. Основные метрики контент-менеджмента.
2. Принципы работы с мультимедийным контентом.

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

7.2. Вопросы на экзамен (7 семестр)

1. Понятие контент-менеджмента, его цели и задачи.
2. Основные виды контента и их роль.
3. Каналы распространения контента: социальные сети, блоги, сайты.
4. Взаимосвязь контент-стратегии и маркетинговой стратегии.
5. Выбор целевой аудитории и сегментация.
6. Анализ поведения аудитории в контент-менеджменте.
7. Особенности работы с текстовым контентом.
8. Принципы написания и редактирования текстового контента.
9. Инструменты автоматизации создания и публикации контента.
10. Визуальный контент: графика, изображения, видео.
11. Принципы работы с визуальным контентом.
12. Способы привлечения внимания через визуальные элементы.
13. Видео как элемент контент-стратегии.
14. Способы увеличения вовлеченности аудитории.
15. Стратегии продвижения контента на различных платформах.
16. Адаптация контента под разные платформы и устройства.
17. Определение контент-стратегии для мобильных устройств.
18. Принципы SEO-оптимизации контента.
19. Работа с ключевыми словами в текстовом контенте.
20. Методы повышения видимости контента в поисковых системах.
21. Важность анализа конкурентов в контент-менеджменте.
22. Разработка контент-плана и календаря публикаций.
23. Инструменты для автоматизации публикации контента.
24. Применение аналитических данных для улучшения контента.
25. Основные метрики контент-менеджмента.
26. Анализ эффективности контент-стратегии.
27. Роль контент-менеджера в управлении командой.
28. Подготовка контента к публикации.
29. Редактирование и проверка качества контента.
30. Применение визуальной аналитики для оценки контента.
31. Принципы работы с мультимедийным контентом.
32. Адаптация международного контента под локальные аудитории.

Образец билета на зачет

**ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ им. акад. М.Д. Миллионщикова**
Билет № 1
Дисциплина «Контент-менеджмент»
Институт ЦЭ и ТП 7 семестр

1. Выбор целевой аудитории и сегментация.
2. Принципы SEO-оптимизации контента.
3. Применение аналитических данных для улучшения контента.
4. Редактирование и проверка качества контента.

УТВЕРЖДЕНО

зав. кафедрой на заседании кафедры
протокол № _____ от _____

Л.Р. Магомаева

7.3. Текущий контроль

В качестве оценочных средств текущего контроля используются средства контроля выполнения и защиты практических работ по дисциплине. Защита практической работы – ответ на контрольные вопросы после выполнения практической работы.

7-й семестр

Практическая работа 1.	<i>Цель практической работы: «Разработка контент-стратегии».</i>
Практическая работа 2.	<i>Цель практической работы: «Создание текстового контента»</i>
Практическая работа 3.	<i>Цель практической работы: «Визуализация контента»</i>
Практическая работа 4.	<i>Цель практической работы: «Создание контента для социальных сетей»</i>
Практическая работа 5.	<i>Цель практической работы: «Курирование контента»</i>
Практическая работа 6.	<i>Цель практической работы: «Аналитика контента»</i>
Практическая работа 7.	<i>Цель практической работы: «Адаптация контента для мобильных устройств»</i>
Практическая работа 8.	<i>Цель практической работы: «Создание мультимедийного контента»</i>
Практическая работа 9.	<i>Цель практической работы: «Работа с интерактивным контентом»</i>
Практическая работа 10.	<i>Цель практической работы: «Правовые аспекты контент-менеджмента»</i>

Практическая работа 11. Цель практической работы: «Контент для корпоративных сайтов»

Практическая работа 12. Цель практической работы: «Презентация и защита проекта»

Практическая работа 1.

Цель практической работы: «Разработка контент-стратегии»

Задачи:

- Исследовать целевую аудиторию.
- Выбрать подходящие форматы контента для целевой аудитории.
- Определить каналы для распространения контента.
- Разработать план контент-стратегии для медиапроекта.

1. Исследование целевой аудитории

Определение характеристик целевой аудитории. Сначала необходимо провести анализ целевой аудитории вашего проекта. Определите возраст, пол, интересы, поведенческие характеристики, предпочтения в контенте и каналах потребления информации. Понимание аудитории — это основа для создания успешной контент-стратегии. Вы должны знать, для кого создаете контент, чтобы он был релевантным и интересным. **Пример:** целевая аудитория медиапроекта — молодые специалисты (25-35 лет) в сфере IT, которые активно интересуются технологическими новинками и обучающим контентом.

Сегментация аудитории. Разделите вашу аудиторию на несколько сегментов. Сегментация может быть основана на интересах, поведенческих особенностях, каналах потребления контента и т.д. Это позволит вам точно таргетировать контент под нужды каждого сегмента, что повысит его эффективность. **Пример:** выделяем два сегмента: (1) молодые специалисты, интересующиеся разработкой ПО, (2) менеджеры, занимающиеся внедрением технологий в бизнес.

Сбор данных о предпочтениях. Изучите, какой тип контента предпочитает ваша аудитория: длинные статьи, короткие видео, подкасты, инфографики, кейсы, опросы и т.д. Это поможет определить, какие форматы контента будут наиболее востребованы. Первый сегмент предпочитает обучающие видео, а второй — статьи и инфографики с аналитикой.

2. Выбор форматов контента

Анализ предпочтений аудитории. Используйте результаты исследования аудитории, чтобы выбрать оптимальные форматы контента. Это могут быть статьи, видео, подкасты, сторис, посты в социальных сетях и др. Формат контента должен быть удобен для потребления и соответствовать интересам аудитории. **Пример:** основной формат для первого сегмента — видеоролики (видеообзоры, tutorиалы), для второго сегмента — аналитические статьи и инфографики.

Определение длины и стиля контента. Продумайте, насколько длинным должен быть контент и каким тоном необходимо его подавать. Для этого также обратитесь к исследованию целевой аудитории. Например, молодая аудитория может предпочесть короткие и динамичные видео, тогда как более зрелая аудитория оценит детальные и информативные статьи. **Пример:** видео для первого сегмента — короткие (3-5 минут), обучающие с четкими инструкциями. Статьи для второго сегмента — глубокие аналитические обзоры с данными.

3. Определение каналов для распространения контента

Анализ каналов потребления контента. Определите, какие платформы и каналы ваши сегменты используют чаще всего. Это могут быть социальные сети, YouTube, подкасты, блоги, новостные сайты и т.д. Чтобы достичь вашей аудитории, важно присутствовать на тех каналах, которые они активно используют. Первый сегмент активно использует YouTube для поиска обучающих видео и Twitter для быстрых новостей. Второй сегмент предпочитает LinkedIn и специализированные сайты с аналитическими обзорами.

Выбор ключевых каналов. Исходя из предпочтений аудитории, выберите несколько ключевых платформ, где вы будете размещать контент. Это позволит вам эффективно распределить усилия и сосредоточиться на самых эффективных каналах. Основные каналы — YouTube для видеоконтента и LinkedIn для статей и инфографики.

4. Разработка плана контент-стратегии

Определение частоты публикаций. Определите, как часто вы будете публиковать контент на каждом канале. Частота зависит от типа контента и от ожиданий вашей аудитории. Регулярность публикаций — ключ к удержанию внимания аудитории. Однако слишком частые публикации могут снизить качество контента. **Пример:** на YouTube — одно видео в неделю, на LinkedIn — одна статья и две инфографики в неделю.

Создание контент-календаря. Создайте календарь публикаций, в котором будет указано, что и когда будет публиковаться на каждом канале. В календаре также можно указывать ответственных за создание контента. Контент-календарь помогает организовать работу, избежать задержек и обеспечить систематическое продвижение. **Пример:** разработка плана публикаций на следующий месяц с указанием дат публикаций и видов контента.

5. Итоговое оформление и презентация контент-стратегии

Оформление стратегии. Составьте документ, в котором будут четко прописаны все элементы вашей контент-стратегии: цели, аудитория, форматы контента, каналы распространения, частота публикаций, календарь публикаций. Этот документ станет вашей "дорожной картой", которой нужно будет следовать для успешной реализации медиапроекта.

Презентация стратегии. Подготовьте краткую презентацию стратегии для группы или преподавателя. Объясните ключевые моменты, представьте результаты исследования аудитории и предложите план действий. Важно уметь четко донести свои идеи и показать, как исследование и планирование поддерживают достижение целей проекта.

Контрольные вопросы

1. Какие ключевые характеристики вашей целевой аудитории?
2. Почему сегментация аудитории важна для разработки контент-стратегии?
3. Какие форматы контента вы выбрали и почему они подходят вашей аудитории?
4. Какие каналы распространения контента вы выбрали и почему?

5. Как часто вы планируете публиковать контент и почему выбрана такая частота?

6. Какой метод вы будете использовать для измерения эффективности вашей контент-стратегии?

7.4. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкалы оценивания.

Таблица 7

Планируемые результаты освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения				Наименование оценочного средства
	менее 41 баллов (неудовлетворитель	41-60 баллов (удовлетворител	61-80 баллов (хорошо)	81-100 баллов (отлично)	
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустриеймедиа тексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков,особенностями иных знаковых систем					
Знать: основные принципы и методы создания востребованных медиатекстов и медиапродуктов, нормы и требования к текстам на русском и иностранных языках, особенности знаковых систем и их использование в медиапроектах, а также тенденции и тренды в медиапромышленности.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	задания для лабораторной работы, билеты рубежных аттестаций, темы докладов
Уметь: создавать медиатексты и медиапродукты, соответствующие нормам языка и особенностям знаковых систем, разрабатывать коммуникационные продукты, отвечающие требованиям современного медиапейза и востребованные аудиторией, использовать знания о культурных и языковых особенностях для адаптации контента и его интеграции в медиапроекты.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Владеть: навыками создания медиапродуктов, соответствующих современным требованиям и запросам рынка, способностью адаптировать медиатексты и коммуникационные продукты под разные культурные и языковые контексты, а также опытным применением принципов и норм для обеспечения качества и востребованности медиаконтента.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
ПК-3. Способен участвовать в планировании и создании интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства.					
Знать: основные методы планирования и создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, принципы применения мультимедийных и интерактивных средств в контексте маркетинга и коммуникации, а также технологии и инструменты, используемые для разработки и реализации кампаний.	Фрагментарные знания	Неполные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы знания	Сформированные систематические знания	<i>задания для лабораторной работы, билеты рубежных аттестаций, темы докладов</i>
Уметь: разрабатывать и реализовывать интегрированные маркетингово-коммуникационные кампании, используя мультимедийные и интерактивные средства, планировать и координировать создание контента для различных платформ и каналов, обеспечивая их интеграцию в общую кампанию, применять современные инструменты и технологии для создания эффективных коммуникационных стратегий.	Частичные умения	Неполные умения	Умения полные, допускаются небольшие ошибки	Сформированные умения	

Владеть: навыками разработки комплексных маркетинговых кампаний, включая создание контента для различных медиа-форматов, способностью координировать работу с различными средствами и каналами коммуникации для достижения целей кампании, а также знанием принципов и технологий, необходимых для успешного управления интегрированными коммуникационными проектами.	Частичное владение навыками	Несистематическое применение навыков	В систематическом применении навыков допускаются пробелы	Успешное и систематическое применение навыков	
---	------------------------------------	---	---	--	--

8. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся созданы фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе. Форма проведения текущей аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При тестировании для слабовидящих студентов используются фонды оценочных средств с укрупненным шрифтом.

На экзамен приглашается сопровождающий, который обеспечивает техническое сопровождение студенту. При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене (или зачете). Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья и обучающиеся инвалиды обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами (программы, учебные пособия для самостоятельной работы и т.д.) в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

1) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья **по зрению:**

- **для слепых:** задания для выполнения на семинарах и практических занятиях оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом; письменные задания выполняются на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых либо надиктовываются ассистенту; обучающимся для выполнения задания при необходимости предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

- **для слабовидящих:** обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; обучающимся для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; задания для выполнения заданий оформляются увеличенным шрифтом;

2) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья **по слуху:**

- **для глухих и слабослышащих:** обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости

обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; предоставляются услуги сурдопереводчика;

- для **слепоглухих** допускается присутствие ассистента, оказывающего услуги тифлосурдопереводчика (помимо требований, выполняемых соответственно для слепых и глухих);

3) для лиц с тяжелыми нарушениями речи, глухих, слабослышащих лекции и семинары, проводимые в устной форме, проводятся в письменной форме;

4) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, **имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:**

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата, нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей: письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту; выполнение заданий (тестов, контрольных работ), проводимые в письменной форме, проводятся в устной форме путем опроса, беседы с обучающимся.

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Литература

1. Нестеренко, Н. А. Контент-менеджмент. Универсальный инструмент для заработка в интернете / Н. А. Нестеренко, А. В. Шантарин. — Москва: СОЛОН-Пресс, 2021. — 256 с. — ISBN 978-5-91359-289-7. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/141930.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
2. Малышев, С. Л. Управление электронным контентом: учебное пособие / С. Л. Малышев. — 4-е изд. — Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 124 с. — ISBN 978-5-4497-2490-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/133990.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
3. Климович, Н. Г. Контент: топовые техники SEO-продвижения / Н. Г. Климович. — Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2021. — 320 с. — ISBN 978-5-9729-0597-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/114923.html>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
4. Моргунов А.В. Управление Веб-технологиями, сервисами и контентом: учебное пособие / Моргунов А.В. — Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2021. — 88 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/125280.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
5. Мельникова Н.А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Мельникова Н.А. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90235.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

9.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (приложение)

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

10.1. Материально-техническая база

Лекционная аудитория, оснащенная компьютером, видеопроекционным оборудованием, в том числе для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном.

Мультимедийные средства и другая техника для презентаций учебного материала, офисный пакет программ MSWindows (MS Excel, MSWord) для оформления расчетов экономической эффективности информационных систем, OpenOfficeGoogleChrome.

10.2. Помещения для самостоятельной работы

Помещение для самостоятельной работы (Главный учебный корпус ФГБОУ ВО «Грозненский государственный нефтяной технический университет» 364902, Чеченская республика, г. Грозный, проспект им. Х.А. Исаева, 100. Аудитория оснащена необходимой компьютерной техникой, в наличии есть необходимое ПО: WinPro 10 RUS Upgrd OLP NL Acdmс; OfficeStd RUS OLP NL Acdmс (право на использование согласно Контракту № 267-ЭА/19 от 15.09.2019 г.).

Система ГАРАНТ (проприетарная лицензия) Visual Studio-(Freemium) 1С Предприятие договор от 02.12.2020 регистрационные номера продуктов (9334859; 9334952) Sublime Text- (открытый доступ) Notepad++ (открытый доступ).

Методические указания по освоению дисциплины «Контент-менеджмент»

1. Методические указания для обучающихся по планированию и организации времени, необходимого для освоения дисциплины.

Изучение рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой дисциплины, ее структурой и содержанием разделов (модулей), фондом оценочных средств, ознакомиться с учебно-методическим и информационным обеспечением дисциплины.

Дисциплина «Контент-менеджмент» состоит из 12 связанных между собой тем, обеспечивающих последовательное изучение материала.

Обучение по дисциплине «Контент-менеджмент» осуществляется в следующих формах:

1. Аудиторные занятия (лекции, практические занятия).
2. Самостоятельная работа студента (подготовка к лекциям, практическим занятиям, докладам и иным формам письменных работ, индивидуальная консультация с преподавателем).
3. Интерактивные формы проведения занятий (лекция-дискуссия, групповое решение кейса и др. формы).

Учебный материал структурирован и изучение дисциплины производится в тематической последовательности. Каждому практическому занятию и самостоятельному изучению материала предшествует лекция по данной теме. Обучающиеся самостоятельно проводят предварительную подготовку к занятию, принимают активное и творческое участие в обсуждении теоретических вопросов, разборе проблемных ситуаций и поисков путей их решения. Многие проблемы, изучаемые в курсе, носят дискуссионный характер, что предполагает интерактивный характер проведения занятий на конкретных примерах.

Описание последовательности действий обучающегося:

При изучении курса следует внимательно слушать и конспектировать материал, излагаемый на аудиторных занятиях. Для его понимания и качественного усвоения рекомендуется следующая последовательность действий:

1. После окончания учебных занятий для закрепления материала просмотреть и обдумать текст лекции, прослушанной сегодня, разобрать рассмотренные примеры (10 – 15 минут).
2. При подготовке к лекции следующего дня повторить текст предыдущей лекции, подумать о том, какая может быть следующая тема (10 - 15 минут).
3. В течение недели выбрать время для работы с литературой в библиотеке (по 1 часу).
4. При подготовке к практическому занятию повторить основные понятия по теме, изучить примеры. Решая конкретную ситуацию, - предварительно понять, какой теоретический материал нужно использовать. Наметить план решения, попробовать на его основе решить лабораторные задания.

2. Методические указания по работе обучающихся во время проведения лекций.

Лекции дают обучающимся систематизированные знания по дисциплине, концентрируют их внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Лекции обычно излагаются в традиционном или в проблемном стиле. Для студентов в большинстве случаев в проблемном стиле. Проблемный стиль позволяет стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся и их интерес к дисциплине, формировать творческое мышление, прибегать к противопоставлениям и сравнениям, делать обобщения, активизировать внимание обучающихся путем постановки проблемных вопросов, поощрять дискуссию.

Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления, или процессов, выводы и практические рекомендации.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает преподаватель, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями

«важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов. Однако при дальнейшей работе с конспектом символы лучше заменить обычными словами для быстрого зрительного восприятия текста.

Работая над конспектом лекций, необходимо использовать не только основную литературу, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал преподаватель. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

Тематика лекций дается в рабочей программе дисциплины.

3. Методические указания обучающимся по подготовке к лабораторным/семинарским занятиям.

На практических занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике семинарских занятий.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

1. Ознакомление с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы;
2. Проработать конспект лекций;
3. Прочитать основную и дополнительную литературу.

В процессе подготовки к практическим занятиям, необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов. Поэтому самостоятельная работа с учебниками,

учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов отношение к конкретной проблеме. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса;

4. Ответить на вопросы плана практического занятия;
5. Выполнить домашнее задание;
6. Проработать тестовые задания и задачи;
7. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практикума, выступать и участвовать в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильно выполнять практические задания и иные задания, которые даются в фонде оценочных средств дисциплины.

4. Методические указания обучающимся по организации самостоятельной работы.

Цель организации самостоятельной работы по дисциплине «Контент-менеджмент» — это углубление и расширение знаний в области гуманитарных наук; формирование навыка и интереса к самостоятельной познавательной деятельности.

Самостоятельная работа обучающихся является важнейшим видом освоения содержания дисциплины, подготовки к практическим занятиям и к контрольной работе. Сюда же относятся и самостоятельное углубленное изучение тем дисциплины. Самостоятельная работа представляет собой постоянно действующую систему, основу образовательного процесса и носит исследовательский характер, что послужит в будущем основанием для написания выпускной квалификационной работы, практического применения полученных знаний.

Организация самостоятельной работы обучающихся ориентируется на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей, переход от поточного к индивидуализированному обучению, с учетом потребностей и возможностей личности.

Правильная организация самостоятельных учебных занятий, их систематичность, целесообразное планирование рабочего времени позволяет студентам развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивать высокий уровень успеваемости в период обучения, получить навыки повышения профессионального уровня.

Подготовка к лабораторному занятию включает, кроме проработки конспекта и презентации лекции, поиск литературы (по рекомендованным спискам и самостоятельно), решение задач из перечня лабораторных работ (текущий контроль). Лабораторное занятие – выполнение поставленных перед студентом задач с использованием ПК и специального программного обеспечения.

При подготовке к контрольной работе обучающийся должен повторять

пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, используя конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. При необходимости можно обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

Самостоятельная работа реализуется:

- непосредственно в процессе аудиторных занятий - на лекциях, практических занятиях;
- в контакте с преподавателем вне рамок расписания - на консультациях по учебным вопросам, в ходе творческих контактов, при ликвидации задолженностей, при выполнении индивидуальных заданий и т.д.
- в библиотеке, дома, на кафедре при выполнении обучающимся учебных и практических задач.

Виды СРС и критерии оценок

(по балльно-рейтинговой системе ГГНТУ, СРС оценивается в 15 баллов)

1. Реферат/Доклад/Презентация
2. Индивидуальное задание

Темы для самостоятельной работы прописаны в рабочей программе дисциплины. Эффективным средством осуществления обучающимся самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, к изданиям электронных библиотечных систем.

Составитель:

Ассистент каф. «ИСЭ»



/Ахматсулатнов А.Ю./

СОГЛАСОВАНО:

Зав. выпускающей каф. «ИСЭ»



/Магомаева Л.Р./

Директор ДУМР



/Магомаева М.А./