

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.В.05 «Контент-менеджмент»

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины: освоение студентами знаний и получение навыков в области анализа, обработки и составлении текстового и графического контента для целей позиционирования товаров, услуг, компаний или брендов и продвижения их в сети Интернет.

Задачи дисциплины:

- научиться собирать, анализировать, интерпретировать и обрабатывать текстовую и графическую информацию;
- получить знания об особенностях формирования и размещения контента в сети интернет
- развить умения составления текстов коммерческого характера;
- освоить навыки ведения письменной коммуникации;
- изучить функционал программных продуктов, необходимых для обработки текстового и графического контента;
- научиться оценивать эффективность восприятия аудиторией размещаемого контента в сети интернет.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Контент-менеджмент» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для изучения дисциплины:

Психология, Русский язык и основы деловых коммуникаций

Данная дисциплина в соответствии с учебным планом предшествует изучению следующих дисциплин: Продвижение в социальных сетях, Реклама и продвижение в интернет, Маркетинговые коммуникации

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ПК-4 Способен управлять реализацией комплексной стратегии продвижения торгового предприятия в сети Интернет с использованием собственных сайтов, инструментов поисковой оптимизации, контекстной рекламы, маркетинга в социальных сетях, партнерских программ	
ИПК-4.1 Подбирает и формирует содержательное наполнение инструментальных средств маркетинговых коммуникаций и интернет-продвижения с использованием методов обработки текстовой и графической информации	Знает основы письменной и устной коммуникации, правила деловой переписки, телефонных переговоров, этику общения в сети интернет, правила деловой переписки Знает методы обработки и визуализации текстовой и графической информации
	Умеет редактировать тексты в соответствии и с правилами копирайтинга, веб-райтинга и требованиями поисковых машин Умеет собирать информацию, интерпретировать и обрабатывать, умеет формулировать и представлять коммерческие предложения
	Составляет рекламные тексты, тексты для деловой переписки, тексты и графические материалы для продвижения компании в сети

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	интернет Обрабатывает текстовую информацию для представления в СМИ, в т.ч. в интернете для позиционирования и развития благоприятного образа компании

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов			
		Всего	Аудиторная работа		
			Л	ПЗ	Внеаудиторная работа СРС
1.	Основы копирайтинга в маркетинговой деятельности фирмы		2		6
2.	Программные продукты для анализа и редактирования текстового контента		2		6
3.	Графические редакторы для решения маркетинговых задач		2	2	6
4.	Особенности восприятия аудиторией информации		2		10
5.	Принципы и правила копирайтинга и веб-райтинга			2	10
6.	Основы письменной коммуникации			2	10
7.	Формирование коммерческих предложений		2	2	14,8
8.	Презентация коммерческих предложений		2	2	10
9.	Методы оценки реакции аудитории на транслируемый контент		2	2	6
	ИТОГО по разделам дисциплины	102,8	12	12	78,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	5			
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2			
	Контроль				
	Общая трудоемкость по дисциплине	108			

Курсовые работы: *(не предусмотрена)*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *(зачёт)*

Автор: Муратова А.Р.