

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 сити 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

Код и наименование индикатора* достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
	деловой переписки, тексты и графические материалы для продвижения компании в сети интернет Обработывает 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			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Основы копирайтинга в маркетинговой деятельности фирмы	10	4	2		4
2.	Программные продукты для анализа и редактирования текстового контента	12	4	2		6
3.	Графические редакторы для решения маркетинговых задач	12	4	2		6
4.	Особенности восприятия аудиторией информации	10	4	2		4
5.	Принципы и правила копирайтинга и веб-райтинга	12	4	2		6
6.	Основы письменной коммуникации	10	4	2		4
7.	Формирование коммерческих предложений	12	4	2		6
8.	Презентация коммерческих предложений	14	4	2		8
9.	Методы оценки реакции аудитории на транслируемый контент	10,8	4	2		4,8
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины</i>	102,8	36	18		48,8
	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.