

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт экономики

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета ННГУ
протокол № 10 от 02.12.2024 г.

Рабочая программа дисциплины
Контент-маркетинг в цифровой экономике

Уровень высшего образования
Магистратура

Направление подготовки / специальность
38.04.06 - Торговое дело

Направленность образовательной программы
Маркетинг в цифровой экономике

Форма обучения
очная

г. Нижний Новгород

2025 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 Контент-маркетинг в цифровой экономике относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПК-3: Способен осуществлять экспертизу результатов закупок в части проверки качества представленных товаров, работ, услуг	ИД-1: Способен проверить соблюдение условий контракта ИД-2: Способен анализировать качество представленных товаров, работ, услуг	ИД-1: У1 (ПК-3) Уметь самостоятельно анализировать условия контракта и их соблюдение З1 (ПК-3) Знать различные методы оценки условий соблюдения контракта В1 (ПК-3) Владеть навыками выбора метода оценки условий контракта и их соблюдения на основе анализа контента сайтов гос. учреждений и организаций ИД-2: У2 (ПК-3) Уметь самостоятельно анализировать качество различных типов товаров, работ, услуг З2 (ПК-3) Знать различные методы оценки качества товаров, работ, услуг на основе анализа контента сайта и социальных медиа компании В2 (ПК-3) Владеть навыками выбора метода оценки качества товаров, работ, услуг на основе анализа контента сайта и социальных медиа компании исходя из отраслевой специфики	Практическое задание Тест	Зачёт: Контрольные вопросы Практическое задание

ПК-6: Способен к управлению функциями маркетинга организации	<p>ИД-1: Способен планировать функции маркетинга организации</p> <p>ИД-2: Способен организовывать и координировать функции маркетинга организации</p> <p>ИД-3: Способен осуществлять контроль функций маркетинга организации с целью повышения ее эффективности</p>	<p>ИД-1:</p> <p>У1 (ПК-6) Уметь организовывать маркетинговую деятельность организации, применяя различные виды контента</p> <p>31 (ПК-6) Знать основные функции маркетинга в организации</p> <p>В1 (ПК-6) Владеть методами создания различного вида контента для применения его в маркетинговой деятельности организации</p> <p>ИД-2:</p> <p>У2 (ПК-6) Уметь координировать маркетинговую деятельность организации, применяя различные виды контента</p> <p>32 (ПК-6) Знать основные подходы к координации маркетинга в организации</p> <p>В2 (ПК-6) Владеть методами создания различного вида контента для применения его для организации и координации маркетинговой деятельности организации</p> <p>ИД-3:</p> <p>У3 (ПК-6) Уметь контролировать маркетинговую деятельность организации с целью повышения ее эффективности</p> <p>33 (ПК-6) Знать основные функции маркетинга в организации и методы их контроля</p> <p>В3 (ПК-6) Владеть методами создания различного вида контента для применения его в маркетинговой деятельности организации с целью повышения ее эффективности</p>	<p>Практическое задание</p> <p>Тест</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Контрольные вопросы</p> <p>Практическое задание</p>
ПК-7: Способен к управлению информационно-	ИД-1: Способен планировать	<p>ИД-1:</p> <p>31 (ПК-7) Знать основные</p>	<p>Практическое задание</p>	Зачёт:

коммуникационной деятельностью по формированию спроса и стимулированию сбыта	информационно-коммуникационную деятельность организации ИД-2: Способен организовать и координировать информационно-коммуникационную деятельность организации ИД-3: Способен осуществлять контроль информационно-коммуникационной деятельности организации с целью повышения ее эффективности	инструменты планирования коммуникационной деятельности организации У1 (ПК-7) Уметь организовать планирование информационно-коммуникационной деятельности организации В1 (ПК-7) Владеть методами планирования информационно-коммуникационной деятельности организации ИД-2: З2 (ПК-7) Знать основные инструменты организации и координации коммуникационной деятельности организации У2 (ПК-7) Уметь организовать и координировать информационно-коммуникационную деятельность организации В2 (ПК-7) Владеть методами организации и координации информационно-коммуникационной деятельности организации с целью повышения ее эффективности ИД-3: З3 (ПК-7) Знать основные инструменты контроля коммуникационной деятельности организации У3 (ПК-7) Уметь организовать контроль информационно-коммуникационную деятельность организации В3 (ПК-7) Владеть методами контроля информационно-коммуникационной деятельности организации с целью повышения ее эффективности	Тест	Контрольные вопросы Практическое задание
--	--	--	------	---

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
Общая трудоемкость, з.е.	2
Часов по учебному плану	72
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	4
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	20
- КСР	1
самостоятельная работа	47
Промежуточная аттестация	0 Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0
Тема 1. Понятие контента. Типология контента. Особенности цифрового контента	10	1	2	3	7
Тема 2. Методы создания разных типов контента	34	2	12	14	20
Тема 3. Блоги и социальные сети. Контент как инструмент продвижения в маркетинге. Методы поисковой оптимизации на основе контента	27	1	6	7	20
Аттестация	0				
КСР	1			1	
Итого	72	4	20	25	47

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. Понятие контента. Типология контента. Особенности цифрового контента. Рассматриваются понятие и основные виды контента, применяемые в маркетинговой деятельности, а также влияние качества контента на эффективность маркетинговой деятельности.

Тема 2. Методы создания разных типов контента. Рассматриваются методики создания текстов для сайтов, продающих текстов, публикации в блогах, новостей, картинок, фотографий, видео-контента, презентаций.

Тема 3. Блоги и социальные сети. Контент как инструмент продвижения в маркетинге. Методы поисковой оптимизации на основе контента. Рассматриваются вопросы организации email рассылок,

управления контентом в социальных сетях, методы поисковой оптимизации, технические аспекты функционирования сайтов.

Содержание практических и семинарских занятий

Тема 1. Понятие контента. Типология контента. Особенности цифрового контента. Групповая дискуссия о влиянии качества контента на эффективность маркетинговой деятельности. Разбор кейсов

Тема 2. Методы создания разных типов контента.

Применение различных методики создания эффективных текстов для сайтов, продающих текстов, публикации в блогах и социальных сетях, новостей, улучшения картинок, фотографий, видео-контента, создания презентаций. Применение методов оценки качества контента (индекс туманности для текстового контента). Выбор методов оценки качества товаров, работ, услуг на основе анализа контента сайта и социальных медиа компании исходя из отраслевой специфики. Выполнение практических заданий.

Тема 3. Блоги и социальные сети. Контент как инструмент продвижения в маркетинге. Методы поисковой оптимизации на основе контента. Проведение практикумов по поисковой оптимизации на основе имеющегося контента, анализ ситуации и доработка контента (повышение его качества) для повышения эффективности маркетинговой деятельности. Выполнение практических заданий, разбор кейсов.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

Электронные курсы, созданные в системе электронного обучения ННГУ:

Контент-маркетинг в цифровой экономике (Ангелова О.Ю.),
<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=10046>.

Иные учебно-методические материалы:

Цель самостоятельной работы - формирование навыков непрерывного самообразования и профессионального совершенствования.

Самостоятельная работа способствует формированию аналитического и творческого мышления, совершенствует способы организации исследовательской деятельности, воспитывает целеустремленность, системность и последовательность в работе студентов, развивает у них навык завершать начатую работу

В рамках курса применяются следующие виды самостоятельной работы обучающегося – поиск и аналитическая обработка информации по заданным темам, подготовка докладов-презентаций, работа с основной и дополнительной литературой; изучение категориального аппарата дисциплины; самостоятельное изучение тем дисциплины; подготовка к зачету; работа в библиотеке; изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет

Работа с основной и дополнительной литературой

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, затем переходить к научным монографиям и материалам периодических изданий. Работа с литературой предусматривает конспектирование наиболее актуальных и познавательных материалов. Это не только мобилизует внимание, но и способствует более глубокому

осмыслению материала, его лучшему запоминанию, а также позволяет студентам проводить систематизацию и сравнительный анализ изучаемой информации. Таким образом, конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, которая требует от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций. Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую литературу для учебной и научной работы, уметь обращаться с предметными каталогами и библиографическим справочником библиотеки.

Изучение категориального аппарата дисциплины

Изучение и осмысление экономических категорий требует проработки лекционного материала, выполнения практических заданий, изучение словарей, энциклопедий, справочников.

Индивидуальная самостоятельная работа студента направлена на овладение и грамотное применение экономической терминологии в области компьютерного моделирования.

Самостоятельное изучение тем дисциплины

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и тем изучаемой дисциплины. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, умений и навыков, всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Изучение вопросов определенной темы направлено на более глубокое усвоение основных категорий экономической теории, понимание экономических процессов, происходящих в обществе, совершенствование навыка анализа теоретического и эмпирического материала.

Подготовка докладов-презентаций

Написание докладов и подготовка презентации позволяет студентам глубже изучить темы курса, самостоятельно освоить изучаемый материал, пользуясь учебными пособиями и научными работами. Тема реферата может назначаться преподавателем или инициироваться студентом.

Подготовка к зачету

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине проходит в виде зачета. Условием успешного прохождения промежуточной аттестации является систематическая работа студента в течение семестра. В этом случае подготовка к зачету является систематизацией всех полученных знаний по данной дисциплине.

Рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к зачету, а также использовать в процессе обучения программу, учебно-методический комплекс, другие методические материалы.

Желательно спланировать троекратный просмотр материала перед зачетом. Во-первых, внимательное чтение с осмыслением, подчеркиванием и составлением краткого плана ответа. Во-вторых, повторная проработка наиболее сложных вопросов. В-третьих, быстрый просмотр материала или планов ответов для его систематизации в памяти.

Самостоятельная работа в библиотеке

Важным аспектом самостоятельной подготовки студентов является работа с библиотечным фондом.

Эта работа предполагает различные варианты повышения профессионального уровня студентов:

- а) получение книг для подробного изучения в течение семестра на научном абонементе;
- б) изучение книг, журналов, газет - в читальном зале;
- в) возможность поиска необходимого материала посредством электронного каталога;
- г) получение необходимых сведений об источниках информации у сотрудников библиотеки.

Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам. Необходимо помнить об оформлении ссылок на Интернет-источники.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студентов преподавателю целесообразно использовать следующие виды деятельности:

- консультации,
- выдача заданий на самостоятельную работу,
- информационное обеспечение обучения,
- контроль качества самостоятельной работы студентов.

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-3:

На основе контента сайтов, реализующих продукт (продукт – по выбору студента) сравните оценку основных характеристик продукта производителем (продавцом) и потребителями. Набор критериев, определяющих качество, формулируется студентом, опираясь на отраслевую специфику товара

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-6:

Для повышения эффективности работы ресторана отделом маркетинга было решено предложить услугу «Бизнес-ланч». Ожидается, что будут приходить сотрудники близлежащих офисов и предприятий. Было проведено маркетинговое исследование ближайшего конкурента по территориальному расположению и предлагаемому ассортименту (стоимость стандартного бизнес-ланча 250 руб.). Результаты представлены в таблице:

Наименование фактора	значимость фактора (1 – 10)	Оценка конкурента	Оценка нашего предложения
Качество продуктов	10	6	10
Предлагаемый ассортимент	8	8	6
Вежливость персонала	8	10	10
Скорость обслуживания	6	10	7
Вкус	10	7	10
Бонусная программа	5	1	5

Оформление блюд	5	1 8
Атмосфера	7	8 8
Качество приготовления	10	6 9

Определите возможную цену бизнес-ланча, исходя из соотношения качественных параметров по сравнению с конкурентами

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-7:

1. Оцените качество выбранного отрывка текстового контента с помощью индекса туманности

2. Новый салон красоты «Новый шик», ориентирующийся на премиальный сегмент, планирует разместить свою точку в черте города. Составьте план проведения мероприятий по конкурентному анализу с целью сравнения местонахождения салонов красоты г. Нижнего Новгорода. Перечислите источники информации, способы ее получения, разработайте шаблон для предоставления полученных данных в табличной форме.

Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Практическое задание выполнено полностью и верно
не зачтено	Практическое задание не выполнено или выполнено со значительными недоработками

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-3:

1. Качество товара – это
2. совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением
3. соответствие рыночным запросам потребителей
4. набор характеристик, определяемых потребителем продукции

2. В чём заключается принцип непрерывного улучшения?

- 1) усовершенствование качества продукции как постоянная цель производителя;
- 2) постоянное совершенствование производственных средств;
- 3) непрерывное улучшение сведений и знаний, используя информационные носители.

3. Один из составных элементов механизма управления качеством производства:

1) система контроля качества;

2) политика инновационных разработок;

3) менеджмент контроля качества.

4. Кто отвечает за политику организации в сфере качества?

1) Совет директоров;

2) руководители организации;

3) наёмный квалифицированный менеджмент.

5. Самооценку системы менеджмента качества организации возможно произвести при участии:

1) сторонней компании;

2) Федеральной налоговой службы;

3) счётной палаты.

6. Основной стандарт, на основе которого создаётся система менеджмента качества:

1) ИСО 9006:2000;

2) ИСО 9005:2000;

3) ИСО 9000:2000.

7. Какой системообразующий процесс должен быть включён в систему менеджмента качества?

1) управление рабочими кадрами;

2) распределение несоответствующей продукции;

3) маркетинг

4) ресурсораспределение.

8. Что должно быть включено в разработку плана по исправлению несоответствий?

1) разработка сети бизнес-процессов;

2) распределение полномочий;

3) разработка структурных элементов, занимающихся повышением качества продукции.

9. Предназначение стандарта ИСО 9004:2000:

1) контроль качества;

2) усовершенствование качественных показателей;

3) управление стандартами качества.

10. Кто составляет субъект управления качеством?

1) руководство компании;

2) поставщик;

3) смежное предприятие

5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-6:

1. Рынок товаров потребительского назначения состоит из:

а. Компаний, приобретающих товары для их дальнейшей реализации

б. Фирм-производителей товаров потребительского назначения

в. Покупателей, приобретающих товары для личного пользования

2. К каналам личной коммуникации можно отнести:

а. общение одного лица с аудиторией

б. прямую почтовую рекламу

в. рекламу по телевидению

г. печатную рекламу

3. К какой классификационной группе можно отнести хлеб и молоко, реализуемые населению?

а. товары импульсной покупки

б. товары особого спроса

в. товары постоянного спроса

г. товары предварительного выбора

д. товары пассивного спроса

4. Что является главным в определении маркетинг:

а. сбыт товара

б. снижение издержек производства

в. удовлетворение потребностей потребителей

г. установление цены товара

5. Главное отличие пропаганды от рекламы в:

а. ее платности

б. ее личном характере

в. ее общественном характере

г. она не оплачивается

6. Обязательным элементом процесса коммуникации должен быть:

а. реклама

б. стимулирование сбыта

в. обратная связь

г. все перечисленные

7. Укажите, в какое из направлений маркетинговых исследований входит установление емкости рынка:

а. изучение товара

б. изучение рынка

в. изучение покупателей

г. изучение конкурентов

8. К какому виду маркетинговых исследований рынка относится изучение справочников и статистической литературы:

а. кабинетное исследование

б. панельное исследование

в. полевое исследование

9. Обратная связь это:

а. часть откликов покупателей о товаре, которую они доводят до сведения производителя

б. набор откликов покупателя, возникших в результате контакта с другими покупателями

в. процесс, в ходе которого получатель придает значение символам, переданным отправителем

г. информация, которую отправитель передает получателю

10. Участие в международных выставках позволяет:

а. снизить издержки производства

б. привлечь внимание широкой общественности к достижениям фирмы - создать свой имидж, заключать контракты

в. стимулировать деловых партнеров

г. определить эффективность рекламы

11. Стратегия диверсификации это:

а. проникновение на новые рынки со старым товаром

б. проникновение на новые рынки с новым товаром

в. включение в производственную программу продуктов, которые не связаны с прежней деятельностью предприятия

12. Позиционирование рынка это -:

а. определение места для своего товара в ряду аналогов

б. сегментирование рынка

в. широкомасштабная рекламная кампания

13. В случае распространения информации по каналам неличной коммуникации отсутствует:

а. обратная связь

б. специфическая атмосфера

в. внушение

г. чувство уверенности

14. Рекламируя товар, продавец должен выступать с утверждениями относительно товара, которые:

а. немного преувеличивают его реальные свойства

б. достоверно отражают его свойства

в. не соответствуют его реальным свойствам

г. менее всего расхваливают данный товар

15. Назовите правильную последовательность жизненного цикла товара:

- а. рост, зрелость, выведение, спад
- б. внедрение, зрелость, рост, спад
- в. внедрение, рост, зрелость, спад

5.1.6 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ПК-7:

1) 187.124.60.43 — это

IP-адрес

URL-адрес

2) Каким образом в поисковых системах строятся каталоги?

программами-роботами

в диалоговом режиме

людьми

автоматически

3) Web-страницу можно создать с помощью (УКАЖИТЕ НЕВЕРНЫЙ ВАРИАНТ)

любого текстового редактора, воспринимающего ASCII

специальных редакторов документов, например MS Front Page, HTMLPad

только с помощью редактора Блокнот

Web-мастера графического редактора PowerPoint

4) Показателем того, что пользователь заинтересовался сайтом является следующее:

несколько пользователей с одного IP-адреса посетили сайт

пользователь загрузил ресурс, рекламируемый баннером на главной странице

пользователь посетил не только главную страницу, но и некоторые другие

5) Тэг

этот тэг не имеет отношения к созданию списков

маркированного списка

многоуровневого списка

отвечает за создание

нумерованного списка

6) Выберите правильный список форматов графических файлов, применяемых для размещения в Интернет

pdf, wmf

gif, jpg

pmt, bmp

7) Самым крупным на странице будет заголовок, заключенный в тэг

<H6> </H6>

<H1> </H1>

<H3> </H3>

8) Вопросы персонального характера (профессия, место жительства) желательно указывать

в конце опросной формы

в начале опросной формы

9) В вопросе «Перечислите торговые марки чая, которые вы употребляли за последний год» целесообразно использовать форму типа

флажок

текстовое поле

радиокнопка

10) Выберите правильное обозначение тэга линии

<hr>

<tr>

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	доля верных ответов превышает 60%
не зачтено	доля верных ответов менее 60%

Оценка	Критерии оценивания

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-3

Контент как инструмент оценки качества продукта или услуги

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-6

Методы поисковой оптимизации

Особенности контента для сайта компании

Особенности контента для социальных сетей

Понятие поисковой оптимизации

Роль контента в повышении эффективности маркетинговой деятельности

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-7

Виды контента

Индексы оценки качества текстового контента

Инструменты повышение качества видео контента

Инструменты повышение качества визуального контента

Инструменты повышение качества презентаций

Инструменты повышение качества текстового контента

Методы создания видео контента

Методы создания визуального контента

Методы создания презентаций как вида контента

Методы создания текстового контента

Организация e-mail рассылок, в т.ч. разработка контента

Особенности цифрового контента

Понятие контента

Правила ведения групп компании в социальных сетях

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	дан развернутый ответ на вопрос
не зачтено	ответ на вопрос не дан, или при ответе были допущены значительные неточности

5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-3

Для выбранной компании проведите оценку качества предлагаемых товаров (услуг). Варианты компаний: ННГУ им.Н.И.Лобачевского, спортивный клуб "Грация", центр изучения китайского языка, кондитерский магазин формата у дома, мини-пекарня

5.3.5 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-6

Для выбранной компании сформулируйте маркетинговые цели и на их основе - основные цели контент-стратегии

Варианты компаний: ННГУ им.Н.И.Лобачевского, спортивный клуб "Грация", центр изучения китайского языка, кондитерский магазин формата у дома, мини-пекарня

5.3.6 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПК-7

Для выбранной компании обоснуйте выбор каналов для реализации контент-стратегии. Варианты компаний: ННГУ им.Н.И.Лобачевского, спортивный клуб "Грация", центр изучения китайского языка, кондитерский магазин формата у дома, мини-пекарня

Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Практическое задание выполнено полностью и верно
не зачтено	ответ на вопрос не дан, или при ответе были допущены значительные неточности

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Лагунова А. Д. Информационные системы управления корпоративным контентом. Практикум / Лагунова А. Д., Черняускас В. В. - Москва : РТУ МИРЭА, 2022. - 109 с. - Книга из коллекции РТУ МИРЭА - Информатика., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=861388&idb=0>.
2. Сухарев Олег Сергеевич (Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации). Функциональный и интернет-маркетинг : Монография / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации; Центр проектирования "Защита"; Брянский государственный технический университет; Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, факультет государственного управления. - 1. - Москва : ООО "КУРС", 2024. - 345 с. - (Наука). - Дополнительное профессиональное образование. - ISBN 978-5-905554-33-9. - ISBN 978-5-16-100015-1. - ISBN 978-5-16-006585-4., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=889777&idb=0>.
3. Кметь Е. Б. Цифровой маркетинг : учебник для вузов / Кметь Е. Б., Юрченко Н. А.; Юрченко Н. А. - Санкт-Петербург : Лань, 2023. - 128 с. - Книга из коллекции Лань - Деловая литература. - ISBN 978-5-507-46792-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=883613&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Шугерман Джозеф. Как создать крутой рекламный текст: принципы выдающегося американского копирайтера : Научно-популярная литература. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2020. - 438 с. - ВО - Магистратура. - ISBN 978-5-9614-1904-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=740796&idb=0>.
2. Стейплс Тим. Прорваться сквозь шум: как привлечь всеобщее внимание в сети : Научно-популярная литература. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2020. - 256 с. - ВО - Магистратура. - ISBN 978-5-9614-3004-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=740870&idb=0>.
3. Капцураж А. Б. Графический и текстовый контент как основные инструменты онлайн-коммуникации с аудиторией в социальных сетях : учебно-методическое пособие / Капцураж А. Б. - Воронеж : ВГУ, 2021. - 17 с. - Книга из коллекции ВГУ - Информатика., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=932062&idb=0>.
4. Моргачева Ирина Николаевна. Контент-маркетинг : учебное пособие для вузов / И. Н. Моргачева. - 2-е изд. - Москва : Юрайт, 2025. - 94 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-21349-2. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?>

Action=FindDocs&ids=921527&idb=0.

5. Цупин Владимир Андреевич. Управление контентом. Практикум : Учебное пособие / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2022. - 211 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-16-016493-9. - ISBN 978-5-16-106709-3., [https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?](https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=770835&idb=0)
Action=FindDocs&ids=770835&idb=0.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

<https://intuit.ru/studies/courses/11198/1121/info> - бесплатный курс «Основы поисковой оптимизации». Курс научит определять нужные ключевые слова и повышать результаты поисковой выдачи по ним. Также будут рассмотрены основные методы оптимизации, значение внешних ссылок и социальных сетей. Более того, вы научитесь оптимизировать код страницы и анализировать результаты поисковой оптимизации. Отдельные лекции посвящены оптимизации для интернет магазинов, локального поиска и международной поисковой оптимизации

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 38.04.06 - Торговое дело.

Автор(ы): Ангелова Ольга Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент.

Заведующий кафедрой: Трифонов Юрий Васильевич, доктор экономических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12 ноября 2024 года, протокол № №5.