Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 04.06.2024 09:52:33
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Факультет Экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ
Декан
_____ /А.В. Назаренко/
«15» февраля 2024

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Контент в цифровых медиа»

Направление подготовки

42.03.01«Реклама и связи с общественностью»

Профиль

«Реклама и связи с общественностью в цифровых медиа»

Квалификация
Бакалавр

Формы обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2024 г.

Разработчик(и):

Старший преподаватель  /Е.В. Федоровская/

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»,
Кандидат экономических наук, доцент  /Ю.О.Алтунина/

Содержание

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине... 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы 5
3. Структура и содержание дисциплины 5
3.1 Виды учебной работы и трудоемкость 5
3.2 Тематический план изучения дисциплины 6
3.3 Содержание дисциплины 9
3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий ... 9
3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ) 10
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение 10
4.1 Нормативные документы и ГОСТы 10
4.2 Основная литература 10
4.3 Дополнительная литература 10
4.4 Электронные образовательные ресурсы 11
4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 11
4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 11
5. Материально-техническое обеспечение 11
6. Методические рекомендации 11
6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения 11
6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 13
7. Фонд оценочных средств 13
7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения 13
7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения 13
7.3 Оценочные средства 15

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью дисциплины «Контент в цифровых медиа» является формирование у студентов базовых навыков подготовки и планирования контента для цифровых медиа в зависимости от маркетинговых целей, рыночной ситуации, характеристик потребителя/пользователя и иных факторов, влияющих на конечный информационный продукт.

Задачи дисциплины:

- формирования устойчивых знаний в области контент-маркетинга в цифровой среде: терминологии, особенностей и возможностей современных медиаканалов, принципов создания контента, прежде всего, текстового.
- знакомство с удачными и неудачными примерами цифрового контента с целью усвоения необходимых элементов, присущих качественному контенту.
- формирование навыков подготовки материалов к публикации в цифровых медиа.
- развитие навыков анализа и оценки контента в цифровых медиа;
- освоение способов взаимодействия с подрядчиками, создающими контент в цифровых медиа.

Обучение по дисциплине «Контент в цифровых медиа» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах Российской Федерации иностранном(ых) языке(ах)	**ИУК-4.1.** Учитывает особенности деловой коммуникации на государственном и иностранном языках в зависимости от особенностей вербальных и невербальных средств общения **ИУК-4.2**. Умеет вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном и иностранном языках с учетом своеобразия стилистики официальных и неофициальных писем, а также социокультурных различий в формате корреспонденции **ИУК-4.3.** Выполняет перевод профессиональных текстов с иностранного языка на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	**ИУК-5.1**. Анализирует и интерпретирует события, современное состояние общества, проявления его межкультурного разнообразия в социально-историческом, этическом и философском контекстах **ИУК-5.2.** Осознает систему общечеловеческих ценностей, понимает значение для развития цивилизаций исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий, а также мировых религий, философских и этических учений

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Контент в цифровых медиа» относится к дисциплинам, расположенным в части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

Философия
Психология
Основы медиалогии
Основы рекламы
Основы связей с общественностью
Основы теории коммуникации

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 252 зачетных(е) единиц(ы) (часов).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость
(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
1	**Аудиторные занятия**	**108**	54	54
	В том числе:			
1.1	Лекции	36	18	18
1.2	Семинарские/практические занятия	72	36	36
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**82**	36	46
	В том числе:			
2.1	Курсовая работа			
2.2	Подготовка к семинарским/практическим занятиям			
2.3	Подготовка рефератов			
2.4	Подготовка к тестированию			
3	**Промежуточная аттестация**	**62**	36	26
	Зачет/диф.зачет/экзамен		экзамен	экзамен
	Итого	**252**	126	126

3.1.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
1	**Аудиторные занятия**	**70**	30	40
	В том числе:			
1.1	Лекции	18	6	12
1.2	Семинарские/практические занятия	52	24	28
1.3	Лабораторные занятия			

2	**Самостоятельная работа**	**146**	60	86
	В том числе:			
2.1	Курсовая работа			
2.2	Подготовка к семинарским/практическим занятиям			
2.3	Подготовка рефератов			
2.4	Подготовка к тестированию			
3	**Промежуточная аттестация**	**36**	18	18
	Зачет/диф.зачет/экзамен		экзамен	экзамен
	Итого	**216**	108	144

3.1.3. Заочная форма обучения

№ п/п	**Вид учебной работы**	**Количество часов**	**Семестры**	
1	**Аудиторные занятия**	**28**	14	14
	В том числе:			
1.1	Лекции	6	4	2
1.2	Семинарские/практические занятия	22	10	12
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**206**	85	121
	В том числе:			
2.1	Курсовая работа			
2.2	Подготовка к семинарским/практическим занятиям			
2.3	Подготовка рефератов			
2.4	Подготовка к тестированию			
3	**Промежуточная аттестация**		9	9
	Зачет/диф.зачет/экзамен		экзамен	экзамен
	Итого		108	144

3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

№ п/п	**Разделы/темы дисциплины**	**Трудоемкость, час**					
		Всего	**Аудиторная работа**				**Самостоятельная работа**
			Лекции	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Раздел 1. Контент, как метод управления восприятием аудитории	53					

1.1	Эволюция цифрового контента: как менялся контент		3	3			6
1.2	Типы цифрового контента: текстовый, визуальный: статистический и динамический		4	7			8
1.3	Контент-маркетинг. Понятия, основы работы		6	8			8
2	Раздел 2. Потребление цифрового контента	62					
2.1	Бренд-контент в цифровой среде. Соотношение контента с позиционированием бренда		4	8			6
2.2	Аудитория медиапотребления. Целевая аудитория		5	9			8
3	Раздел 3. Формирование цифрового контента		3	8			11
3.1	Создание текстового контента	75					
3.2	Креатив: создание креативного цифрового контента		3	10			10
3.3	Контент-стратегия и ее необходимость		5	10			16
3.4	Анализ эффективности контент-стратегии		3	9			9
Итого			**36**	**72**			**82**

3.2.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	**Разделы/темы дисциплины**	**Трудоемкость, час**					
		Всего	**Аудиторная работа**				**Самостоятельная работа**
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Раздел 1. Контент, как метод управления восприятием аудитории	58					
1.1	Эволюция цифрового контента: как менялся контент		1	2			10
1.2	Типы цифрового контента: текстовый, визуальный: статистический и динамический		2	5			16
1.3	Контент-маркетинг. Понятия, основы работы		3	5			14
2	Раздел 2. Потребление цифрового контента	75					
2.1	Бренд-контент в цифровой среде. Соотношение контента с позиционированием бренда		2	5			18

2.2	Аудитория медиапотребления. Целевая аудитория		1	6			18
3	Раздел 3. Формирование цифрового контента		2	7			16
3.1	Создание текстового контента	83					
3.2	Креатив: создание креативного цифрового контента		2	7			18
3.3	Контент-стратегия и ее необходимость		4	8			20
3.4	Анализ эффективности контент-стратегии		1	7			16
	Итого		**18**	**52**			**146**

3.2.2. Заочная форма обучения

№ п/п	**Разделы/темы дисциплины**	**Трудоемкость, час**					
		Всего	**Аудиторная работа**				**Самостоятельная работа**
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Раздел 1. Контент, как метод управления восприятием аудитории	72					
1.1	Эволюция цифрового контента: как менялся контент		0,5	2			20
1.2	Типы цифрового контента: текстовый, визуальный: статистический и динамический		0,5	2			22
1.3	Контент-маркетинг. Понятия, основы работы		1	2			22
2	Раздел 2. Потребление цифрового контента	76,5					
2.1	Бренд-контент в цифровой среде. Соотношение контента с позиционированием бренда		0,5	2			22
2.2	Аудитория медиапотребления. Целевая аудитория		0,5	2			22
3	Раздел 3. Формирование цифрового контента		0,5	3			24
3.1	Создание текстового контента	85,5					
3.2	Креатив: создание креативного цифрового контента		0,5	3			25
3.3	Контент-стратегия и ее необходимость		1,5	4			27
3.4	Анализ эффективности контент-стратегии		0,5	2			22

Итого		**6**	**22**			**206**

3.3 Содержание дисциплины

Раздел 1. Контент, как метод управления восприятием аудитории

Тема 1. Эволюция цифрового контента: как менялся контент. Целью данной темы является изучение процесса трансформации цифрового контента по мере изменений медиасреды, формирование понимания особенностей методов создания контента.

Тема 2. Типы цифрового контента: текстовый, визуальный: статистический и динамический. Данная тема позволит рассмотреть классификацию контента и освоить ключевые характеристики его видов, рассматривает основные методы создания контента.

Тема 3. Контент-маркетинг. Понятия, основы работы. В рамках данной темы рассматривается контент-маркетинг, как пример эффективного направления формирования лояльности аудитории, осваиваются навыки создания контент-плана, изучаются форматы работы с контентом.

Раздел 2. Потребление цифрового контента

Тема 1. Бренд-контент в цифровой среде. Соотношение контента с позиционированием бренда. Данная тема позволит освоить навыки создания брендированного контента, изучить его особенности и методы генерации, а также сформировать понимание возможностей донесения образа бренда посредством контента.

Тема 2. Аудитория медиапотребления. Целевая аудитория. В рамках данной темы изучается понятие аудитории медиапотребления, ее основные характеристики, осваиваются навыки ее формирования.

Раздел 3.Формирование цифрового контента

Тема 1. Создание текстового контента. Данная тема позволит изучить основы копирайтинга и основные методы формирования текстового контента, а также его возможности при формировании восприятия аудиторией бренда и его коммуникации.

Тема 2. Креатив: создание креативного цифрового контента. Данная тема позволит освоить основные методы и приемы, которые помогут в генерации креативного контента, а также изучить креативные методики, используемые для создания цифрового контента.

Тема 3. Контент-стратегия и ее необходимость. Целью изучения данной темы является получение базовых навыков разработки контент-стратегии бренда, изучение ее основных этапов создания и видов, используемых в соотношении с релевантный маркетинговой целью.

Тема 4. Анализ эффективности контент-стратегии. Данная тема позволит наработать навыки аналитики контент-стратегии, изучить основные показатели ее эффективности и освоить базовые метрики.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия

Тема 1 Эволюция цифрового контента: как менялся контент;

Тема 2 Типы цифрового контента: текстовый, визуальный: статистический и динамический;

Тема 3 Контент-маркетинг. Понятия, основы работы;

Тема 4 Бренд-контент в цифровой среде. Соотношение контента с позиционированием бренда;

Тема 5 Аудитория медиапотребления. Целевая аудитория;
Тема 6 Создание текстового контента;
Тема 7 Креатив: создание креативного цифрового контента;
Тема 8 Контент-стратегия и ее необходимость;
Тема 9 Анализ эффективности контент-стратегии.

3.4.2. Лабораторные занятия

не предусмотрено

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

не предусмотрено

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. Конституция РФ.
2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ “О рекламе”.

4.2 Основная литература

1. Реклама под прикрытием: Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / Мара Эйнштейн; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер; Москва; 2017 – 301 с.,
2. Управление контент-маркетингом. Практическое аудитории для вашего бизнеса / Роберт Роуз, Джо Пулицци ; пер. с англ. Всеволода Иващенко. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014 г.

4.3 Дополнительная литература

1. Андропова Н.П. Маркетинговые коммуникации в Интернете: учебное пособие. Волгоград: ВФ РГТЭУ, 2018. 92 с.,
2. Шпаковский, В.О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама / В.О. Шпаковский, Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018 – 248 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493883 04.12.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9729-0202-6. – Текст : электронный.Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг /

4.4 Электронные образовательные ресурсы

«Контент в цифровых медиа»

https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=11423

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Доступ через интернет к бесплатным интернет-сервисам для анализа интернет-страниц и деятельности аккаунтов.

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Поисковые системы в интернете (Yandex)

5. Материально-техническое обеспечение

1. Лекционная аудитория, аудитория для групповых и индивидуальных консультаций (учебный корпус, расположенный по адресу Москва, ул. Прянишникова 2А; ул. Большая Семеновская, 38).

2 Аудитория для проведения практических и семинарских занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации.

3 Актовый зал. Аудитория для лиц с ОВЗ.

4 Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работ. Библиотека, читальный зал.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

В соответствии с требованиями ФГОС ВО при проведении лекционных и практических занятий, текущей и итоговой аттестации по дисциплине «Контент в цифровых медиа» предусмотрено использование современных образовательных технологий, а также активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Контент в цифровых медиа» осуществляется по последовательно-параллельной схеме на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках ОПОП и рабочего учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Лекции должны отвечать требованиям содержательности, информативности и иметь достаточный научный потенциал. В лекции важно использовать следующие приемы:

1) от известного к неизвестному;

2) от простого к сложному;

3) от конкретного к абстрактному.

Подробное содержание отдельных разделов дисциплины «Контент в цифровых медиа» рассматривается в рамках рабочей программы.

Тематика практических занятий по разделам дисциплины и видам занятий отражена в рабочей программе. Особенной формой практических занятий выступают практические

задания, как правило, разбор кейсов. В них наилучшим образом воспроизводится реальная профессиональная подготовка и деятельность обучающихся.

Это достигается имитацией в образовательном процессе различных, динамично протекающих служебных, производственных и других профессиональных ситуаций, когда необходимо теоретические знания перевести в практическую плоскость.

Методика проведения практических занятий зависит от изучаемой темы, и преподаватель выбирает наиболее удобную форму его проведения.

В начале занятия объявляется тема, указывается её актуальность, практическая значимость и взаимосвязь с другими дисциплинами. Начинать занятия рекомендуется с разбора лекционного материала. После обсуждения отдельного вопроса обязательно следует делать обобщение или небольшой вывод, показать недостатки и положительные моменты в ответе обучающегося, разъяснять вопрос, который вызвал наибольшую сложность при ответе.

Преподаватель должен быть достаточно эмоционален в процессе всего процесса обучения, разрешать и не допускать конфликты, создавать обстановку сотрудничества и конкуренции одновременно, обеспечивать соблюдение личностных прав обучающихся.

При чтении курса лекций и проведении практических занятий необходимо придерживаться определённых принципов:

- многообразия и эффективности дидактического материала;
- партнерства, сотрудничества с обучающимися;
- смещения роли преподавателя с трансляции знаний к организации процесса их добывания;
- впитывания достижений педагогической науки, опыта, накопленного коллегами;
- творчества;
- прагматизма, планирование результатов обучения с точки зрения формирования у студентов навыков анализа и выработки моделей поведения.

Преподаватель во время проведения практических занятий должен прогнозировать развитие дискуссии и корректировать ее ход, акцентируя те моменты, на рассмотрение которых он хотел бы направлять обсуждение.

Перечень основной и дополнительной литературы и нормативных документов, а также электронных ресурсов, необходимых в ходе преподавания дисциплины «Контент в цифровых медиа» приведен в настоящей рабочей программы. Предлагаемый в рабочей программе список литературных источников будет полезен не только для обучающихся, но и для преподавателей.

Преподавателю следует ориентировать обучающихся на использование при подготовке к текущей и итоговой аттестации по дисциплине результатов наиболее поздних исследований в области маркетинга.

Контроль успеваемости обучающихся проводится на основании проверки успешности сдачи контрольных точек. Текущий контроль может проводиться в ходе опросов на практических занятиях с целью определения степени усвоения учебного материала, своевременного вскрытия недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по совершенствованию методики преподавания дисциплины, организации работы обучающихся в ходе занятий и оказания им индивидуально помощи.

Экзамен проводится в период экзаменационной сессии, после изучения всей дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом и годовым графиком учебного процесса. Главная задача экзамена состоит в выяснении и объективной оценке глубины и прочности знаний и практических навыков обучающихся, самостоятельности его мышления, умения анализировать и обобщать. Экзамен проводится традиционным образом (путем индивидуального опроса обучающихся по билетам, путем собеседования). Дополнительно обучающемуся может быть предложено выполнить практическое задание.

В первом случае для подготовки к ответам обучающемуся отводится 45 минут. По окончанию ответа на вопросы билета экзаменатор может задавать обучающемуся

дополнительные и уточняющие вопросы в пределах учебного материала, вынесенного на экзамен.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания по освоению дисциплины.

Лекционные занятия.

Проведение практических занятий по дисциплине «Контент в цифровых медиа» осуществляется в следующих формах:

- опрос по материалам, рассмотренным на лекциях и изученным самостоятельно по рекомендованной литературе;
- анализ и обсуждение практических ситуаций по темам.

Посещение практических занятий и активное участие в них является обязательным.

Подготовка к практическим занятиям обязательно включает в себя изучение

конспектов лекционного материала и рекомендованной литературы для адекватного понимания условия и способа решения заданий, запланированных преподавателем на конкретное практическое занятие.

Методические указания по выполнению различных форм внеаудиторной самостоятельной работы.

Изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине проводится на

регулярной основе в разрезе каждого раздела в соответствии с приведенными в рабочей программы рекомендациями для подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине «Контент в цифровых медиа». Список основной и дополнительной литературы по дисциплине приведен в настоящей рабочей программы.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Контент в цифровых медиа» проходит в форме экзамена. Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине «Контент в цифровых медиа» и критерии оценки ответа обучающегося на экзамене для целей оценки достижения заявленных индикаторов сформированности компетенции приведены в составе ФОС по дисциплине в настоящей рабочей программы. Форма проведения экзамена предполагает под собой ответ на 1 теоретический вопрос и выполнение практического задания или подготовка проекта.

Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине независимо от результатов текущего контроля.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

Промежуточный контроль: экзамен;

Текущий контроль: задания на практических занятиях; опросы.

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

Критерии оценки ответа на экзамене

(формирование компетенций УК-4, УК-5, индикаторы компетенций ИУК-4.1, ИУК-4.2, ИУК-4.3, ИУК-5.1, ИУК-5.2)

«5» (отлично): обучающийся демонстрирует системные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.
«4» (хорошо):
обучающийся демонстрирует прочные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью, но при этом делает несущественные ошибки которые быстро исправляет самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем.
«3» (удовлетворительно): обучающийся демонстрирует неглубокие теоретические знания, проявляет слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное умение делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает недостаточно свободное владение монологической речью, терминами, логичностью и последовательностью изложения, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем.
«2» (неудовлетворительно): обучающийся демонстрирует незнание теоретических основ предмета, отсутствие практических навыков, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминами, проявляет отсутствие логичности последовательности изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на дополнительные вопросы.

Возможна сдача экзамена в форме проекта.

Критерии оценки ответа на экзамене в форме проекта
(формирование компетенций УК-4, УК-5, индикаторы компетенций ИУК-4.1, ИУК-4.2, ИУК-4.3, ИУК-5.1, ИУК-5.2)
«5» (отлично): обучающийся выполнил все необходимые этапы проекта, при этом демонстрируя применение теоретических знаний и практических навыков, владеет терминами, при защите проекта показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.
«4» (хорошо): обучающийся выполнил все необходимые этапы проекта, при этом демонстрируя применение теоретических знаний и практических навыков, владеет терминами, при защите проекта показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы, но при этом делает несущественные ошибки или же в проекте отсутствуют незначительные элементы, которые студент быстро компенсирует самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем.
«3» (удовлетворительно): обучающийся выполнил не все необходимые этапы проекта или же часть этапов выполнена неверно, владеет не всем перечнем

необходимых инструментов и навыков при создании проекта, проявляет слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное умение делать аргументированные выводы, показывает недостаточно свободное владение монологической речью, терминами, логичностью и последовательностью изложения, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся не выполнил необходимый проект или же уровень его выполнения не соответствует заявленным параметрам и демонстрирует низкий уровень практических навыков, при этом обучающийся показывает слабое владение монологической речью в ходе презентации проекта, не владеет терминами, проявляет отсутствие логичности и последовательности изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на дополнительные вопросы.

7.3 Оценочные средства

7.3.1.. Текущий контроль (работа на практических занятиях)

Вопросы к темам (формирование компетенции УК-4, УК-5, индикаторы компетенций ИУК-4.1, ИУК-4.2, ИУК-4.3, ИУК-5.1, ИУК-5.2)

Тема 1

Вопросы:

1. Каковы отличительные черты цифрового контента относительно традиционного?
2. Как социальные изменения оказывали влияние на развитие цифрового контента?
3. Приведите примеры подобного
4. Как развивался цифровой контент? Назовите основные этапы.

Тема 2

1. Какие виды классификации цифрового контента вы можете назвать? Приведите пример такой классификации
2. Дайте пояснение терминам «статический визуальный контент» и «динамический визуальный контент»;
3. Какие методы создания цифрового контента вы можете назвать?

Тема 3

1. Что такое контент-маркетинг? На что направлена его деятельность?
2. Какие задачи решает контент-маркетинг? Приведите примеры
3. На что нужно обращать внимание при формировании контент-плана
4. Как помогает контент-маркетинг при создании положительного образа бренда?

Тема 4

1. Дайте определение бренд-контента;
2. В чем особенности бренд-контента? Назовите ключевые характеристики
3. Обозначьте виды бренд-контента;

Тема 5

1. Что понимается под аудиторией медиапотребления?
2. В чем отличие целевой аудитории бренда и аудитории его медиапотребления?
3. Какие характеристики медиапотребления?

Тема 6

1. Какие механики создания текстового контента для социальных сетей вам известны?
2. Какие виды текстового контента вы можете назвать?
3. Что подразумевается под рерайтингом?
4. Перечислите элементы текстового контента лендинга;

Тема 7

1. Назовите не менее трёх креативных методик создания контента;
2. На что стоит обращать внимание при формировании креативного контента?
3. Какие задачи позволяет решить креативный контент?
4. Что из себя представляет методика «синектика»?

Тема 8

1. Назовите ключевые этапы разработки контент-стратегии;
2. Какие виды контент стратегии вам известны? Приведите примеры
3. Назовите возможные цели разработки контент-стратегии
4. Назовите характеристики контент-стратегии. В чем отличие контент-стратегии от контент-плана?

Тема 9

1. Дайте определение термину «конверсия». Какие данные нужны для ее расчета?
2. Опишите специфику оценки эффективности контент-стратегии разных медиа-
3. площадок;
4. Какие инструменты аналитики эффективности контент-стратегии вы знаете? Назовите не менее трех.

7.3.2. Промежуточная аттестация (вопросы к экзамену)
(формирование компетенции УК-4, УК-5, индикаторы компетенций ИУК-4.1, ИУК-4.2, ИУК-4.3, ИУК-5.1, ИУК-5.2)

1. Как социальные изменения оказывали влияние на развитие цифрового контента? Приведите примеры подобного;
2. Как развивался цифровой контент? Назовите основные этапы;
3. Назовите методы создания цифрового контента;
4. Дайте пояснение термину «статический визуальный контент»;
5. «Динамический визуальный контент». Понятие и особенности;
6. Какие задачи решает контент-маркетинг? Приведите примеры;
7. Контент-план. Этапы формирования;
8. Дайте определение бренд-контента;
9. Обозначьте виды бренд-контента;
10. Аудитория медиапотребления;
11. Назовите виды текстового контента;
12. Назовите механики создания текстового контента для социальных сетей;
13. Что из себя представляет методика «синектика»? Назовите этапы работы данного метода;
14. Назовите не менее трёх креативных методик создания контента. Опишите этапы работы и преимущества;
15. Креативная методика “фокальных объектов”;
16. Назовите ключевые этапы разработки контент-стратегии, ее виды и

особенности;
17. Опишите специфику оценки эффективности контент-стратегии разных медиа-площадок;
18. Дайте пояснению термину диджитал-медиасистема;
19. Назовите ключевые показатели эффективности маркетинговой активность в социальных сетях;
20. Дайте пояснение термину “ tone of voice”. Как он влияет на создание контента?
21. Социально-значимый контент в социальных сетях. Преимущества и особенности;
22. Типологизация контента. Виды и особенности;
23. Динамический цифровой контент. Особенности и методы применения;
24. Диджитал-медиасистема. Особенности формирования;
25. Форматы текстового цифрового контента;
26. UGC. Особенности применения;
27. PGC. Понятие и особенности;
28. UGC и PGC. Особенности и отличия;
29. Виральный контент. Понятие и особенности формирования;
30. Геймификация, как формат цифрового контента.