

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.04.01 Контент-маркетинг и SMM

Учебный план: 2026-2027 09.03.03 ИИТА ИТ-технологии СЦК ОО №1-1-53.plx

Кафедра: **33** Цифровых и аддитивных технологий

Направление подготовки:
(специальность) 09.03.03 Прикладная информатика

Профиль подготовки:
(специализация) ИТ-технологии создания цифрового контента

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
8	УП	18	36	53,75	0,25	3	Зачет
	РПД	18	36	53,75	0,25	3	
Итого	УП	18	36	53,75	0,25	3	
	РПД	18	36	53,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, утвержденным приказом Минобрнауки России от 19.09.2017 г. № 922

Составитель (и):		
кандидат технических наук, Доцент	_____	Дроботун Нина Владимировна
кандидат технических наук, Доцент	_____	Сошников Антон Владимирович
От кафедры составителя: Заведующий кафедрой цифровых и аддитивных технологий	_____	Сошников Антон Владимирович
От выпускающей кафедры: Заведующий кафедрой	_____	Сошников Антон Владимирович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать у обучающегося компетенции в области контент-маркетинга и SMM практики.

1.2 Задачи дисциплины:

Овладеть навыками планирования, контролирования и оценивания результатов активности бренда;
Изучить особенности формирования коммуникационной стратегии в социальных сетях и мессенджерах;
Изучить вопросы ведения и продвижения аккаунтов и групп в социальных сетях;
Освоить практику клиентской поддержки во всех каналах.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Менеджмент

Проектирование бизнес-контента

Проектирование коммерческого контента

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-5: Способен осуществлять контроль за наполнением сайта	
Знать: Маркетинговые технологии, направленные на создание и распространение востребованного контента для привлечения целевой аудитории.	
Уметь: Планировать и реализовывать кампании по веб-продвижению.	
Владеть: Навыками использования современных методов оценки веб-продвижения.	
ПК-6: Способен анализировать информационные потребности посетителей сайта	
Знать: Основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-ресурсов.	
Уметь: Использовать популярные сервисы для оценки посещаемости веб-ресурса.	
Владеть: Навыками анализа оценки, замечаний, жалоб и предложений посетителей веб-ресурса.	

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Контент-маркетинг	8					О
Тема 1. Основы контент-маркетинга. Практические занятия: Основные инструменты контент-маркетинга.		2	4	8	ИЛ	
Тема 2. Расширенный список инструментов контент-маркетинга. Практические занятия: Контентные интеграции с медийными площадками.		2	4	8	ИЛ	
Тема 3. Контент-маркетинг как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций. Практические занятия: Способы измерения эффективности контент-маркетинга в структуре интегрированных коммуникаций.		2	4	8	ИЛ	
Раздел 2. SMM практика						О
Тема 4. SMM и SEO-технологии как функциональные инструменты маркетинга. Практические занятия: Сущность, основные каналы и приемы продвижения товаров и услуг в Интернете посредством SMM.		2	4	6	ИЛ	

Тема 5. Медиапланирование, аналитика и оценка эффективности SMM-кампаний в сетевом медиапространстве. Практические занятия: Разработка плана мероприятий для проведения оценки эффективности SMM-кампаний в сетевом медиапространстве		2	4	6	ИЛ	
Тема 6. SEO-продвижение: определение, принципы и особенности внедрения в современных реалиях работы поисковых интернет-систем. Практические занятия: Факторы ранжирования интернет-сайтов. Настройка веб-проектов разных типов с учетом эффективного подхода к поисковому продвижению.		2	8	8	ИЛ	
Тема 7. Особенности создания контента в сети Интернет под SMM и SEO-продвижение. Практические занятия: Создание контента для сети Интернет.		2	4	6	ИЛ	
Тема 8. Особенности взаимодействия SMM и SEO. Практические занятия: Создание консолидированных стратегий эффективного интернет-маркетинга.		4	4	3,75	ИЛ	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		18	36	53,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине		54,25		53,75		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПК-5	Формулирует основные маркетинговые технологии для привлечения целевой аудитории.	Вопросы устного собеседования
	Разрабатывает маркетинговый план по веб-продвижению.	Практико-ориентированные задания
	Проводит анализ веб-продвижения интернет-ресурса.	Практико-ориентированные задания
ПК-6	Раскрывает сущность основных методов сбора статистики посещаемости веб-ресурсов.	Вопросы устного собеседования
	Применяет функционал популярных сервисов для оценки посещаемости веб-ресурса.	Практико-ориентированные задания
	Демонстрирует аналитическую справку, сформированную на основании обратной связи с целевой аудиторией.	Практико-ориентированные задания

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Обучающийся отвечает на теоретический вопрос по материалам лекций, возможно допуская несущественные ошибки. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

Не зачтено	Обучающийся при ответе на вопрос преподавателя допустил существенные ошибки. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
------------	---	--

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 8	
1	Основы SMM. Сообщества как базовый инструмент контент-маркетинга.
2	Коммуникационная матрица для социальных медиа.
3	Креативная концепция сообщества и визуальный стиль контента.
4	Контент-маркетинг как элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций.
5	Способы измерения эффективности контент-маркетинга в структуре интегрированных коммуникаций.
6	Расширенный список инструментов контент-маркетинга.
7	Контентные интеграции с медийными площадками.
8	Основы контент-маркетинга.
9	Основные инструменты контент-маркетинга.
10	SMM и SEO-технологии как функциональные инструменты маркетинга.
11	Сущность, основные каналы и приемы продвижения товаров и услуг в Интернете посредством SMM.
12	Этапы медиапланирования.
13	Аналитика и оценка эффективности SMM-кампаний в сетевом медиaprостранстве.
14	SEO-продвижение: определение, принципы и особенности внедрения в современных реалиях работы поисковых интернет-систем.
15	Факторы ранжирования интернет-сайтов.
16	Настройка веб-проектов разных типов с учетом эффективного подхода к поисковому продвижению.
17	Особенности создания контента в сети Интернет под SMM и SEO-продвижение.
18	Взаимодействие SMM и SEO: создание консолидированных стратегий эффективного интернет-маркетинга.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено.

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Проанализировать интернет-ресурс: особенности функционирования, аудитория пользователей, особенности продвижения ресурса. Интернет-ресурс выбирается самостоятельно.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☐ Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐ +

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

время на подготовку к устному собеседованию составляет 15 минут;
выполнение практико-ориентированного задания осуществляется на компьютере за 60 минут.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Сенаторов А. А., Никольский А.	Контент-маркетинг	Москва: Альпина Паблицер	2017	http://www.iprbookshop.ru/58557.html

Егорова, М. М., Логинова, Е. Ю., Швайко, И. Г.	Маркетинг	Саратов: Научная книга	2019	http://www.iprbookshop.ru/81021.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Сенаторов, А. А.	Битва за подписчика «ВКонтакте»: SMM- руководство	Москва: Альпина Паблицер	2019	http://www.iprbookshop.ru/83086.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Информатика и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6
 Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду