

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования "Пермский  
государственный национальный исследовательский  
университет"**

**Кафедра маркетинга**

Авторы-составители: **Богдановский Алексей Владимирович  
Антинескул Екатерина Александровна**

Рабочая программа дисциплины  
**КОНТЕНТ-СТРАТЕГИЯ И КОПИРАЙТИНГ**  
Код УМК 96871

Утверждено  
Протокол №10  
от «09» июня 2021 г.

Пермь, 2021

## **1. Наименование дисциплины**

Контент-стратегия и копирайтинг

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина входит в базовую часть Блока « М.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **38.04.02** Менеджмент  
направленность Digital-маркетинг

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины **Контент-стратегия и копирайтинг** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

#### **38.04.02 Менеджмент (направленность : Digital-маркетинг)**

**ОПК.4** Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций

##### **Индикаторы**

**ОПК.4.1** Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей

**ОПК.4.2** Разрабатывает стратегию создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций

**ПК.2** Способен управлять операционной системой любого организационного уровня, ее процессами, ресурсами и результатами

##### **Индикаторы**

**ПК.2.7** Формирует маркетинговую стратегию организации

#### 4. Объем и содержание дисциплины

<b>Направления подготовки</b>	38.04.02 Менеджмент (направленность: Digital-маркетинг)
<b>форма обучения</b>	очная
<b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>	1
<b>Объем дисциплины (з.е.)</b>	6
<b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>	216
<b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b>	72
<b>Проведение лекционных занятий</b>	24
<b>Проведение практических занятий, семинаров</b>	48
<b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>	144
<b>Формы текущего контроля</b>	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (3)
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Экзамен (1 триместр)

## **5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины**

### **Контент-стратегия и копирайтинг**

#### **Входной контроль**

Понятие контент-стратегии, методы разработки и продвижения контента, методы копирайтинга

#### **Основы контент-стратегии**

Что такое контент-стратегия. Как правильно комбинировать SEO и контент-маркетинг. Типы контента. Форматы контента. Каналы распространения контента. Разработка контент-стратегии Типовые и креативные контент-стратегии. Создание рекламного текста. Бриф – техническое задание на рекламную компанию. Алгоритм создания рекламного текста: изучение темы, уникального торгового предложения, целевой аудитории, её иерархии потребностей, стереотипы, и т.д. Мировые методики получения нестандартных идей: мозговой штурм, метод фокальных объектов, метод разрыва стереотипов.

#### **Разработка контент-стратегии. Дизайн контента**

Предварительный анализ. ЦА. Конкуренты. Цели и задачи контент-стратегии. Основные инструменты. Дизайн контента (Content Design) и визуализации контента. Типы контента: тексты, изображения, анимацию, видео, звук и т. д.

#### **Сайт организации – основа контент-стратегии**

Корпоративный сайт. Основное содержание корпоративного сайта. Корпоративный сайт: основные задачи и функции. Структура и наполнение корпоративного сайта. Текст «О компании». Миссия компании. Работа по продвижению корпоративного сайта: SEO-копирайтинг.

#### **Продвижение контента**

E-mail marketing. SMM-маркетинг. Функциональная и имиджевая реклама. Трейд-маркинг, брендинг, рестайлинг, ребрендинг, ко-брендинг. Маркетинг и блоггинг. Бизнес-коммуникации. Особенности социальных сетей для бизнеса, их основные услуги. Деятельность компаний электронного бизнеса в социальных сетях.

#### **Понятие «копирайтинг». Рекламные тексты как предмет изучения.**

Определение понятия «копирайтинг». История копирайтинга. Функции копирайтинга. Основные задачи копирайтера. Виды копирайтинга: рерайтинг, SEO-копирайтинг, рейтинг, эксклюзивные статьи, пресс-релизы и т.д. Рекламный текст: общая характеристика. Заголовок, основной рекламный текст, эхо-фраза. Понятие «продающего текста»: структура и функции. Основная формула написания продающего текста - AIDA. Правила написания продающих текстов.

#### **Аудит контента**

Длина материала. Манера письма. Релевантность. Актуальность. Отличительные черты. Трафик. Метрики вовлечения (время на сайте, число просмотренных страниц). Репосты. Ассоциированные конверсии. Финансовые результаты.

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторные занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

## **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

## 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### Основная:

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. — Москва : Дашков и К, 2019. — 352 с. — ISBN 978-5-394-02474-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/85658>

### Дополнительная:

1. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 121 с. — ISBN 978-5-394-01667-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/75200.html>

2. Черкашин, П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) : учебное пособие / П. А. Черкашин. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 420 с. — ISBN 978-5-4497-0695-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/97585.html>

3. Калужский, М. Л. Электронная коммерция. Маркетинговые сети и инфраструктура рынка / М. Л. Калужский. — Москва : Экономика, Омский государственный технический университет, 2014. — 327 с. — ISBN 978-5-282-03365-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/31693>

4. Мишин, В. В. Технологии Internet-коммерции : учебное пособие / В. В. Мишин, К. В. Мартиросян. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 102 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/63144.html>

5. Мартиросян, К. В. Интернет-технологии : учебное пособие / К. В. Мартиросян, В. В. Мишин. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 106 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/63089.html>

## 9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

: <https://netology.ru/blog> Блог «Нетологии»

<https://www.youtube.com/channel/UCTUyoZMfksbNIHfWJjwr5aQ/about> Академия Яндекса

<https://www.shopolog.ru/ecommerce/> Shopolog

<https://rusability.ru/> Rusability

<https://www.marketingsherpa.com/> MarketingSherpa

<https://texterra.ru/blog/> Блог компании Texterra

<https://www.cossa.ru/> Cossa

<https://www.cubeline.ru/blog/> Блог интернет-агентства CubeLine

<https://netpeak.net/ru/blog/> Блог про интернет-маркетинг для бизнеса

## 10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Контент-стратегия и копирайтинг** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

1. Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
2. Доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
3. Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
4. Офисный пакет приложений;
5. Приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов;
6. Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель);
7. Программа для просмотра интернет контента (браузер);
8. Облачные сервисы, размещенные в сети Интернет в свободном доступе и не требующие лицензионной платы: Trello.com, ZOOM//jitsi, GoogleDocs;
9. Редактор файлов от Яндекс.Диск, Google;
10. Социальные сети: VK/Facebook/Instagram/YouTube.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (**student.psu.ru**).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

## 11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
2. Самостоятельная работа - аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.
3. Текущий контроль - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной



доской.

4. Лекционные занятия - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

5. Индивидуальные и групповые консультации - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

В случае инклюзивного обучения занятия будут проводиться в корпусе 8, имеющем пандус, лифт.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине  
Контент-стратегия и копирайтинг**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.  
Индикаторы и критерии их оценивания**

**ОПК.4**

**Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций**

<b>Индикатор</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>ОПК.4.1</b> Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей	Знать методы продвижения организации с помощью контента и копирайтинга	<p><b>Неудовлетворител</b> Не знает методы продвижения организации с помощью контента и копирайтинга</p> <p><b>Удовлетворительн</b> Знает частично методы продвижения организации с помощью контента и копирайтинга</p> <p><b>Хорошо</b> Знает, допуская ошибки, методы продвижения организации с помощью контента и копирайтинга</p> <p><b>Отлично</b> Знает методы продвижения организации с помощью контента и копирайтинга</p>
<b>ОПК.4.2</b> Разрабатывает стратегию создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	Знать методы разработки контент-стратегий, дизайн контента, уметь создавать сайты, как основы контент-стартегии	<p><b>Неудовлетворител</b> Не знает методы разработки контент-стратегий, дизайн контента, не умеет создавать сайты, как основы контент-стартегии</p> <p><b>Удовлетворительн</b> Знает частично методы разработки контент-стратегий, дизайн контента, умеет создавать сайты, как основы контент-стартегии</p> <p><b>Хорошо</b> Знает, допуская ошибки, методы разработки контент-стратегий, дизайн контента, умеет создавать сайты, как основы контент-стартегии</p> <p><b>Отлично</b> Знает методы разработки контент-стратегий, дизайн контента, умеет создавать сайты, как основы контент-стартегии</p>

## ПК.2

**Способен управлять операционной системой любого организационного уровня, ее процессами, ресурсами и результатами**

Индикатор	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<b>ПК.2.7</b> Формирует маркетинговую стратегию организации	Уметь создавать рекламные тексты, как инструменты контент-стратегии компании, проводить аудит контента	<b>Неудовлетворител</b> Не умеет создавать рекламные тексты, как инструменты контент-стратегии компании, проводить аудит контента <b>Удовлетворительн</b> Умеет частично создавать рекламные тексты, как инструменты контент-стратегии компании, проводить аудит контента <b>Хорошо</b> Умеет, допуская ошибки, создавать рекламные тексты, как инструменты контент-стратегии компании, проводить аудит контента <b>Отлично</b> Умеет создавать рекламные тексты, как инструменты контент-стратегии компании, проводить аудит контента

## Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

**Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен**

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов : 100**

### Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 44 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 44 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<b>Входной контроль</b>	Входной контроль <b>Входное тестирование</b>	Знание основ контент-стратегий и копирайтинга
<b>ПК.2.7</b> Формирует маркетинговую стратегию организации <b>ОПК.4.1</b> Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей <b>ОПК.4.2</b> Разрабатывает стратегию создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций	Основы контент-стратегии <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	Знание основ контент-стратегии Умение составлять контент-стратегии для предприятий

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p><b>ПК.2.7</b> Формирует маркетинговую стратегию организации</p> <p><b>ОПК.4.1</b> Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей</p> <p><b>ОПК.4.2</b> Разрабатывает стратегию создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций</p>	<p>Сайт организации – основа контент-стратегии</p> <p><b>Письменное контрольное мероприятие</b></p>	<p>Знание основ создания сайтов для организаций, функций и предназначений сайта</p> <p>Умение создавать сайт</p>
<p><b>ПК.2.7</b> Формирует маркетинговую стратегию организации</p> <p><b>ОПК.4.1</b> Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей</p> <p><b>ОПК.4.2</b> Разрабатывает стратегию создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций</p>	<p>Понятие «копирайтинг». Рекламные тексты как предмет изучения.</p> <p><b>Письменное контрольное мероприятие</b></p>	<p>Знание методов продвижения контента и основ копирайтинга</p> <p>Умение писать рекламные тексты</p>
<p><b>ПК.2.7</b> Формирует маркетинговую стратегию организации</p> <p><b>ОПК.4.1</b> Определяет цели развития организации на основе выявления и оценки новых рыночных возможностей</p> <p><b>ОПК.4.2</b> Разрабатывает стратегию создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие им бизнес-модели организаций</p>	<p>Аудит контента</p> <p><b>Итоговое контрольное мероприятие</b></p>	<p>Знание глубинных основ построения контент-стратегий и методов их разработки, функций сайта организации, копирайтинга и методов написания рекламных текстов</p> <p>Умение создавать контент-стратегию и проводить аудит контента</p>

## Спецификация мероприятий текущего контроля

### Входной контроль

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	5
61-80% правильных ответов	4
41-60% правильных ответов	3
менее 41% правильных ответов	2

### Основы контент-стратегии

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **20**

Проходной балл: **9**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	20
61-70% правильных ответов	16
41-60% правильных ответов	12
менее 41% правильных ответов	8

### Сайт организации – основа контент-стратегии

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **20**

Проходной балл: **9**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	20
61-70% правильных ответов	16
41-60% правильных ответов	12
менее 41% правильных ответов	8

### Понятие «копирайтинг». Рекламные тексты как предмет изучения.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **20**

Проходной балл: **9**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	20
61-70% правильных ответов	16
41-60% правильных ответов	12
менее 41% правильных ответов	8

### **Аудит контента**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
Корректность выборки предложений по решению обозначенных проблем (2 глава)	4
Оформление (Защита)	4
Личное участие в работе предприятия(2 глава)	4
Наличие экономического обоснования предложений (2 глава)	4
Содержательность материала (1 глава)	4
Структурное изложение изучаемого вопроса (1 глава)	4
Наличие результатов анализа проблемного вопроса - развернутая аналитическая записка (не менее 3 стр.) (2 глава)	4
Обозначение причинно-следственных связей проблем и результатов деятельности предприятия (2 глава)	4
Эмоциональность (Защита)	2
Длительность (Защита)	2
Простота и понятность (Защита)	2
Актуальность рассматриваемого вопроса (1 глава)	2