

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Б1.В.ДВ.05.01 Контент-стратегии в цифровых медиа

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль)

42.03.02 Журналистика

Форма обучения

очная

Год набора

2022

Красноярск 2022

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Программу составили \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Старший преподаватель, О. В. Богуславская

\_\_\_\_\_  
должность, инициалы, фамилия

## 1 Цели и задачи изучения дисциплины

### 1.1 Цель преподавания дисциплины

Цель изучения дисциплины — развитие навыков создания контент-стратегий в социальных медиа как производственной части цифровой редакции.

### 1.2 Задачи изучения дисциплины

- обучение контент-маркетингу в социальных медиа;
- освоение стратегий анализа рынка и ЦА;
- создание контент-стратегии и основы продвижения медиапродукта.

### 1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
<b>ПК-1: Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</b>	
ПК-1.1: Осуществляет поиск темы и выявляет существующую проблему.	Знать принципы выбора тематики и проблематики текста Уметь создавать журналистское произведение в соответствии с определенной тематикой и проблематикой Владеть навыками анализа тематики и проблематики медиатекста
ПК-1.2: Получает информацию в ходе профессионального общения с героями, свидетелями, экспертами и фиксирует полученные сведения.	Знать методику и правила профессионального общения с героями, свидетелями, экспертами Уметь получать необходимую информацию для создания журналистского произведения от героев, экспертов, свидетелей Владеть методами обработки информации, полученной от героев, экспертов, свидетелей
ПК-1.3: Отбирает релевантную информацию из доступных документальных источников.	Знать источники журналистской информации Уметь получать и отбирать информацию из доступных документальных источников Владеть навыками работы с документальными источниками
ПК-1.4: Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения.	Знать правила проверки достоверности полученной информации, различия фактов и мнений Уметь проверять достоверность полученной информации, разделять в журналистском произведении факты и мнения Владеть навыками критического анализа информации

ПК-1.5: Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта.	Знать примеры контент-стратегий различных СМИ Анализировать контент-стратегии различных СМИ Навыками разработки контент-стратегии
ПК-1.6: Соблюдает профессиональные этические нормы на всех этапах работы.	Знать профессиональные этические нормы Уметь соотносить свои действия с требованиями профессиональных этических норм Владеть навыками профессиональной коммуникации с учетом норм профессиональной этики
ПК-1.7: Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа.	Специфику создания контента для различных платформ Разрабатывать контент-стратегию для СМИ, медиапроекта Основами контент-маркетинга
<b>ПК-2: Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа</b>	
ПК-2.1: Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами.	Знать основные языковые нормы, необходимые для создания журналистского произведения Уметь приводить журналистский текст в соответствие с языковыми нормами Владеть навыками редакторской правки журналистского произведения
ПК-2.2: Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте.	Особенности различных медийных площадок и платформ Контролировать соблюдение стандартов подготовки контента для различных платформ Цифровыми инструментами создания и продвижения контента СМИ
ПК-2.3: Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте.	Знать основные профессиональные этические нормы Уметь определять соблюдение этических норм в журналистском произведении Владеть навыками редакторской правки журналистского произведения
ПК-2.4: Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта.	Знать требования электронных СМИ к текстам различных жанров Уметь адаптировать тексты СМИ к различным платформам Владеть навыками кроссмедийной адаптации журналистского произведения
<b>ПК-3: Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики</b>	
ПК-3.1: Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики.	структуру конкурентного поля проекта отбирать аналоги, референсы для собственного проекта приемами анализа конкурентного поля

ПК-3.2: Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики.	этапы разработки и реализации контент-стратегии определять цели и задачи работы с контентом в социальных медиа основными инструментами реализации контент-стратегии
ПК-3.3: Реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат.	основы медиапланирования организовать продвижение медиапроекта инструментами реализации медиапроекта
<b>УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</b>	
УК-5.1: Осведомлен о культурных традициях народов России и мира в историческом развитии и использует информацию о специфике разных культур для взаимодействия с их представителями в профессиональной и повседневной деятельности.	специфику разных аудиторных групп анализировать специфику разных аудиторных групп навыками анализа и описания целевой аудитории
УК-5.2: Воспринимает в контексте философии необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.	информационные потребности различных аудиторных групп анализировать информационные потребности различных аудиторных групп приемами описания информационных потребностей различных аудиторных групп

#### **1.4 Особенности реализации дисциплины**

Язык реализации дисциплины: Русский.

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

## 2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	е
		1
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>1 (36)</b>	
занятия лекционного типа	1 (36)	
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>1 (36)</b>	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Нет	

### 3 Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули, темы (разделы) дисциплины	Контактная работа, ак. час.							
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
				Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
		Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
<b>1. Контент-маркетинг в социальных медиа</b>									
	1. Основы контент-маркетинга	2							
	2. Ландшафт социальных медиа и цифровые инструменты, основные типы и медиаформаты	2							
	3. Постановка целей контент-маркетинга в социальных медиа	2							
<b>2. Стратегии анализа рынка и целевой аудитории</b>									
	1. Особенности сегментации аудитории в контент-маркетинге, анализ ЦА, формулирование профиля аудитории	4							
	2. Мониторинг ключевых конкурентов, подбор референсов в соц.медиа	2							
	3. Определение ЦА в зависимости от задач бренда	2							
	4. Анализ и сегментация рынка	2							

5. Определение цели и задач работы с контентом в социальных медиа	2							
6. Различает специфику создания контента для различных SMM-платформ	2							
<b>3. Создание контент-стратегии и основы продвижения медиапродукта</b>								
1. Разработка и создание контент-стратегии	2							
2. Создание контент-плана с учетом понимания жизненного цикла медиапродукта	2							
3. Определение ресурсов. Наполнение контента	2							
4. Упаковка контента	2							
5. Цифровой дизайн, моушн-возможности	2							
6. Продвижение контента в социальных медиа	2							
7. Работа с фокус-группой	2							
8. Защита результатов по итогам проведенной контент-стратегии	2							
9.							36	
Всего	36						36	



#### **4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины**

##### **4.1 Печатные и электронные издания:**

1. Алексеева А. О., Вартанова Е. Л., Круглова Л. А., Лосева Н. Г., Лукина М. М. Интернет-СМИ: теория и практика(Москва: Аспект Пресс).
2. Мельник Г. С., Ким М. Н. Методы журналистики: учебное пособие для факультетов журналистики(Санкт-Петербург: Издательство Михайлова В.А.).
3. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры по гуманитарным направлениям и специальностям(Москва: Юрайт).

##### **4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):**

1. В учебном процессе используется программное обеспечение для верстки, а также для демонстрации презентаций и мультимедийных материалов.

##### **4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

1. В обучении используется электронная справочная система научной библиотеки СФУ: <http://bik.sfu-kras.ru/>

#### **5 Фонд оценочных средств**

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

#### **6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Для проведения занятий используются аудитории, оснащенные демонстрационным оборудованием.