

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Алена Григорьевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 25.05.2026 11:02:50

Уникальный программный ключ:

d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1a0c6a07a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова Алена Григорьевна

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ **Контент-маркетинг**

Направление подготовки	42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	«PR в государственных и бизнес- структурах»
Год начала обучения	2026
Форма обучения	очная
Реализуется в семестре	5

Разработано:

Доцент департамента
медиакommunikаций высшей школы
креативных индустрий, кандидат
филологических наук
Берёза И.В.

Ставрополь 2026 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Целью курса «Контент-маркетинг» является формирование у студентов профессиональных знаний, умений и навыков в области разработки маркетинговой стратегии для привлечения целевой аудитории и увеличения продаж в креативных индустриях.

Задачи освоения дисциплины:

- ознакомить студента с основами контент маркетинга в сфере креативных индустрий, основными понятиями и принципами разработки маркетинговой стратегии;
- изучить способы привлечения целевой аудитории с помощью контент маркетинга;
- научить студента ориентироваться в маркетинговых инструментах и их видах;
- изучить особенности продвижения бизнеса компании через контент маркетинг;
- сформировать навыки разработки технического задания для проведения маркетингового исследования.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесённых с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код, формулировка компетенции	Код, формулировка индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), характеризующие этапы формирования компетенций, индикаторов
ПК-8. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта. ПК-8. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта. ПК-8. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.	ИД-1 ПК-8 Знает основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта.	ПК-8. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.
	ИД-2 ПК-8 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	
	ИД-3 ПК-8 Владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	ПК-8. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.
	ИД-1 ПК-8 Знает основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта. ИД-2 ПК-8 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта. ИД-3 ПК-8 Владеет навыками	

	использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	
	ИД-1 ПК-8 Знает основные маркетинговые инструменты и методы производства и реализации коммуникационного продукта. ИД-2 ПК-8 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного продукта. ИД-3 ПК-8 Владеет навыками использования маркетинговых инструментов при планировании производства и реализации коммуникационного продукта.	ПК-8. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.
ПК-11. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.	ИД-1 ПК-11 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью с использованием современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий; ИД-2 ПК-11 Выбирает и использует подходящие ИТ-решения при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ИД-3 ПК-11 Выполняет функционал линейного менеджера в различных средах, в т.ч. инструментальных, с помощью программно-технических платформ и программных средств.	ПС
ПК-12 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	ИД-1 ПК-12 Знает стратегии и тактики планирования коммуникационных проектов и специальных мероприятий ИД-2 ПК-12 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной	ПС

	стратегии ИД-3 ПК-1 Владеет тактиками планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	
ПК-17. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций.	ИД-1 ПК-17 Знает инструменты внутренних коммуникаций. ИД-2 ПК-17 Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций. ИД-3 ПК-17 Владеет навыками формирования корпоративной культуры организации.	ПС

4. Объем учебной дисциплины и формы контроля

Объем занятий: всего: 3 з.е., 108 акад.ч.	ОФО, в акад. часах
Контактная работа:	
Лекции/из них практическая подготовка	18/0
Лабораторных работ/из них практическая подготовка	0
Практических занятий/из них практическая подготовка	18/4
Самостоятельная работа	72
Формы контроля	
Экзамен	-
Зачет	-
Зачет с оценкой	+
Курсовая работа	нет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием количества часов и видов занятий

Количество часов и видов занятий							
№	Раздел (тема) дисциплины и краткое содержание	Формируемые компетенции, индикаторы	очная форма			Самостоятельная работа, часов	Форма текущего контроля успеваемости
			Контактная работа обучающихся с преподавателем /из них в форме практической подготовки, часов				
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы		
1	Введение в контент-маркетинг Определение и цели контент-маркетинга.	ПК-8, ПК-11, ПК-12, ПК-17	2	2	-	9	Собеседование

	Отличия от других форматов продвижения. Роль в современных маркетинговых коммуникациях						
2	Исследование аудитории и конкурентов Методы анализа целевой аудитории (ЦА): создание портретов, сегментация. Анализ конкурентов: изучение контент-стратегий, выявление сильных и слабых сторон. Формирование гипотез и дизайн исследования.	ПК-8, ПК-11, ПК-12, ПК-17	2	2	-	9	Собеседование
3	Стратегическое планирование Постановка бизнес-задач для контент-стратегии. Брифинг заказчика и работа с брифами. Определение метрик успешности проекта.	ПК-8, ПК-11, ПК-12, ПК-17	4	2	-	9	Собеседование
4	Виды контента и его форматы Текстовый контент: статьи, блоги, гайды, кейсы. Визуальный контент: инфографика, презентации, фотографии. Видео и аудио: подкасты, вебинары, обучающие ролики. Интерактивный контент: опросы, тесты, викторины. Пользовательский контент (UGC): отзывы, истории успеха.	ПК-8, ПК-11, ПК-12, ПК-17	2	4	-	9	Собеседование
5	Контент-план и его роль Структура и принципы составления контент-плана. Баланс между полезным, развлекательным и продающим контентом. Адаптация под разные каналы (соцсети, блог, email-рассылки). Использование календарей инфоповодов и трендов.	ПК-8, ПК-11, ПК-12, ПК-17	2	2	-	9	Коллоквиум
6	Каналы распространения и продвижение Социальные сети: особенности контента для каждой платформы. Email-рассылки: сегментация аудитории, триггерные письма. Партнёрские публикации и коллаборации. Платное продвижение: таргетированная реклама, SEO-оптимизация.	ПК-8, ПК-11, ПК-12, ПК-17	2	2/2	-	9	Собеседование
7	Метрики и аналитика Ключевые метрики для разных типов контента. Инструменты аналитики.	ПК-8, ПК-11, ПК-12, ПК-17	2	2/2	-	9	Собеседование

	Оценка ROI и корректировка стратегии.						
8	Тренды и будущее контент-маркетинга Влияние нейросетей и AI на создание контента. Персонализация и сегментация в эпоху больших данных. Видеоконтент и короткие форматы	ПК-8, ПК-11, ПК-12, ПК-17	2	2	-	9	Собеседование
	ИТОГО за 5 семестр		18	18/4	-	72	
	ИТОГО		18	18/4	-	72	

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Контент-маркетинг» базируется на перечне осваиваемых компетенций с указанием индикаторов. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения запланированных результатов обучения. ФОС включает в себя:

- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций (включаются в методические указания по тем видам работ, которые предусмотрены учебным планом и предусматривают оценку сформированности компетенций);
- типовые оценочные средства, необходимые для оценки знаний, умений и уровня сформированности компетенций.

ФОС является приложением к данной программе дисциплины.

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к работе, каждый студент должен принимать во внимание следующие положения.

Дисциплина построена по тематическому принципу, каждая тема представляет собой логически завершённый раздел.

Лекционный материал посвящен рассмотрению ключевых, базовых положений курсов и разъяснению учебных заданий, выносимых на самостоятельную работу студентов.

Практические занятия проводятся с целью закрепления усвоенной информации, приобретения навыков ее применения при решении практических задач в соответствующей предметной области.

Самостоятельная работа студентов направлена на самостоятельное изучение дополнительного материала, подготовку к практическим и лабораторным занятиям, а также выполнения всех видов самостоятельной работы.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо выполнить все виды самостоятельной работы, используя рекомендуемые источники информации.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1.1. Перечень основной литературы:

1. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях: Учебное пособие /Сенаторов А. - М.:Альпина Паблишер, 2020. - 153 с.: ISBN 978-5-9614-5526-7 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1002559>

2. Под общ. ред. Жильцовой О.Н. - ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ 2-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов - М.:Издательство Юрайт - 2019 - 301с. - ISBN: 978-5-534-04238-2 - Текст электронный // ЭБС ЮРАЙТ - URL: <https://urait.ru/book/internet-marketing-432128>

3. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях. – 2-е изд., перераб. Идоп.. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 240 с

4. Основы маркетинга, 5-е европейское изд.: Пер. с англ. / Ф. Котлер Ф, Г. Армстронг, В. Вонг, Д. Сондерс. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2019. – 752 с.

8.1.2. Перечень дополнительной литературы:

1. Одден Л. - Продающий контент. Как связать контент-маркетинг, SEO и социальные сети в единую систему - Издательство "Манн, Иванов и Фербер" - 2018 - 384с. - ISBN: 978-5-91657-895- 9 - Текст электронный // ЭБС ЛАНЬ - URL: <https://e.lanbook.com/book/62205>

2. Стелзнер М. - Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета - Издательство "Манн, Иванов и Фербер" - 2017 - 288с. - ISBN: 978-5-91657-620-7 - Текст электронный // ЭБС ЛАНЬ - URL: <https://e.lanbook.com/book/62236>

3. Эйнштейн, М. Реклама под прикрытием: Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / М. Эйнштейн ; под редакцией А. Черниковой ; перевод с английского Т. Мамедовой. — Москва : Альпина Паблишер, 2018. — 301 с. — ISBN 978-5-9614-6243-2. — Текст : электронный // Альпина Паблишер — URL: <https://hse.alpinadigital.ru/book/123428.2>.

Перечень учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

1. «Контент-маркетинг»: методические рекомендации по проведению практических занятий / И.В. Берёза. – Ставрополь : СКФУ, 2026.

2. «Контент-маркетинг»: методические рекомендации по проведению самостоятельной работы / И.В. Берёза. – Ставрополь : СКФУ, 2026.

8.3. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. AdMarket.ru: профессионально о стратегических коммуникациях : [информационный портал] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.admarket.ru>

2. Индустрия рекламы: клиент, креатив, СМИ: [интернет-версия журнала] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ir-magazine.ru>

3. Наружная реклама в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.outdoor-ad.spb.ru>

4. Реклама: наружная реклама – Outdoor.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.outdoor.ru>

5. Энциклопедия интернет-рекламы / под ред. Т. Бокарева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.book.promo.ru>.

6. www.publicity.ru– Международный клуб PR-управляющих "Профессионал"

7. www.raso.ru– Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО).

8. www.PRonline.ru– На страницах ресурса вы всегда сможете найти подробную и открытую информацию о publicrelations.

9. www.sovetnik.ru– "Советник" ежемесячный профессиональный журнал о связях с общественностью и рынке PR.

10. www.soob.ru– Журнал "Сообщение" о технологиях, применяемых в российском и международном бизнесе в области развития общественных связей и политического консультирования.

11. www.pr-dialog.co– Профессиональный научно-популярный журнал "PR-диалог".

12. www.rupr.ru– Всероссийский научно-популярный журнал в "PublicRelations в России".

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

При чтении лекций используется компьютерная техника, демонстрации презентационных мультимедийных материалов. На семинарских и практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

Информационные справочные системы:

Информационно-справочные и информационно-правовые системы, используемые при изучении дисциплины:

1	ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» ,
2	ЭБС «IPRbooks»,
3	ЭБС «Biblio- online.ru».

Программное обеспечение:

1	Альт Рабочая станция 10
2	Альт Рабочая станция К
3	Альт «Сервер»
4	Пакет офисных программ - Р7-Офис

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

Лекционные занятия	Компьютеры DELL, Аудиоколонки, Фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, Экшн-камера GoProHERO4 Black и комплектующие, Электронный стабилизатор DJI Ronin-MX и комплектующие, Микрофонная радиосистема Sennheiserew 122-p G3-A-X, Фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, Фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 70D Kit 18-135mm и комплектующие, Фотоаппарат зеркальный Canon EOS 750D Kit 18-135IS STM и комплектующие, Многофункциональный комплект студийного оборудования Raylab XenosRH-1000 SS9 KIT, МоноподCarbonFiberMonopodshort, Комплект студийного света LumiforAMATO 100 CLASSICKIT.
Практические занятия	Компьютеры DELL, Аудиоколонки, Фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, Экшн-камера GoProHERO4 Black и комплектующие, Электронный стабилизатор DJI Ronin-MX и комплектующие, Микрофонная радиосистема Sennheiserew 122-p G3-A-X, Фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 5D Mark III EF24-105 Kit и комплектующие, Фотоаппарат зеркальный премиум Canon EOS 70D Kit 18-135mm и комплектующие, Фотоаппарат зеркальный Canon EOS 750D Kit 18-135IS STM и комплектующие, Многофункциональный комплект студийного оборудования Raylab XenosRH-1000 SS9 KIT, МоноподCarbonFiberMonopodshort, Комплект студийного света LumiforAMATO 100 CLASSICKIT.
Самостоятельная работа	Ауд. 114, к .20 компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации
Практическая подготовка	Осуществляется в структурных подразделениях университета и (или) в организациях, осуществляющих деятельность по профилю соответствующей образовательной программы, в том числе ее структурном подразделении

11. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),

- индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,

- при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата (в том числе с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.

12. Особенности реализации дисциплины с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения

Согласно части 1 статьи 16 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» под *электронным обучением* понимается организация образовательной деятельности с применением содержащейся в базах данных и используемой при реализации образовательных программ информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий, технических средств, а также информационно-телекоммуникационных сетей, обеспечивающих передачу по линиям связи указанной информации, взаимодействие обучающихся и педагогических работников. Под *дистанционными образовательными технологиями* понимаются образовательные технологии, реализуемые в основном с применением информационно-

телекоммуникационных сетей при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся и педагогических работников.

Реализация дисциплины может быть осуществлена с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения полностью или частично. Компоненты УМК дисциплины (рабочая программа дисциплины, оценочные и методические материалы, формы аттестации), реализуемой с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения, содержат указание на их использование.

При организации образовательной деятельности с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения могут предусматриваться асинхронный и синхронный способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

При применении дистанционных образовательных технологий и электронного обучения в расписании по дисциплине указываются: способы осуществления взаимодействия участников образовательных отношений посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (ВКС-видеоконференцсвязь, ЭТ – электронное тестирование); ссылки на электронную информационно-образовательную среду СКФУ, на образовательные платформы и ресурсы иных организаций, к которым предоставляется открытый доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет»; для синхронного обучения - время проведения онлайн-занятий и преподаватели; для асинхронного обучения - авторы онлайн-курсов.

При организации промежуточной аттестации с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения используются Методические рекомендации по применению технических средств, обеспечивающих объективность результатов при проведении промежуточной и государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры с применением дистанционных образовательных технологий (Письмо Минобрнауки России от 07.12.2020 г. № МН-19/1573-АН "О направлении методических рекомендаций").

Реализация дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий осуществляется с использованием электронной информационно-образовательной среды СКФУ, к которой обеспечен доступ обучающихся через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет», или с использованием ресурсов иных организаций, в том числе платформ, предоставляющих сервисы для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения (МТС-Линк), а также с использованием возможностей социальных сетей для осуществления коммуникации обучающихся и преподавателей.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины, реализуемой с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, включает представленные в электронном виде рабочую программу, учебно-методические пособия или курс лекций, методические указания к выполнению различных видов учебной деятельности обучающихся, предусмотренных дисциплиной, и прочие учебно-методические материалы, размещенные в информационно-образовательной среде СКФУ.