

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 31.05.2024 12:06:45

Уникальный программный ключ:

d72783635b77d187de79a146c849dcb1abc6ab7a

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Наименование дисциплины	Типология продвигающего контента
Содержание (модуля)	Основы маркетинга. Маркетинг как философия бизнеса и вид деятельности. Комплекс маркетинга. Сегментирование рынка и портрет потребителя. Маркетинговые коммуникации и продвижение товаров и услуг. Разработка стратегии интернет-продвижения. Основы разработки сайтов. Коммерциализация сайтов и ключевые показатели эффективности. Партнерские программы коммерческих сайтов и их агрегаторы. Посадочная страница (landing page) коммерческого сайта. Комплексное продвижение коммерческого сайта в интернете. Медийная (баннерная) реклама. RTB-технология интернет-рекламы. Контекстная реклама. Способы привлечения посетителей из поисковых систем. SEO-аудит сайта. Продвижение бренда с помощью SMM. Обзор популярных социальных сетей
Результаты освоения дисциплины (модуля)	Использует базовые знания и креативные решения при создании текста коммуникационного продукта.
Трудоемкость, з.е.	3
Формы отчетности	Зачет с оценкой в 3 семестре
Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины	
Основная литература	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.
Дополнительная литература	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/12342
--	---

.