

АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
«Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов»
для подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: изучить технологии управления информационным контентом: от создания коммуникативной стратегии, постановки целей и задач, определения целевой аудитории, до каналов передачи и продвижения этого контента и анализа результатов

Задачи освоения дисциплины:

- изучить технологии контент-менеджмента; инструменты продвижения контента, управления информацией из различных источников
- изучить особенности восприятия контента потребителями, привлечения аудитории для различных видов контента, методы анализа информационных потребностей посетителей сайта
- сформировать представление об организации и осуществлении работ по созданию и редактированию контента.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Очная форма

Дисциплина «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов» Б1.В.ОД8. относится к вариативной части учебного плана бакалавров. Изучается в 7 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (предшествующие дисциплины «Стилистика и литературное редактирование», «Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью», «Искусство», «Введение в теорию и практику рекламы», «Введение в теорию и практику связей с общественностью», «Информатика»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов (предшествующая дисциплины «Работа с рекламными и PR-текстами», «Инфографика и визуализация коммуникационного продукта», «Конструирование рекламы»), а также социальные, правовые, этические и психологические аспекты его функционирования (предшествующие дисциплины «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», «Современная пресс-служба», «Основы интегрированных коммуникаций», «Цифровой маркетинг», «Компьютерная графика и дизайн в рекламе», «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях»

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей/параллельной:

В дальнейшем курс будет изучаться параллельно с такими дисциплинами как: «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Стимулирование сбыта», «Внутрифирменные коммуникации». «Коммуникационный менеджмент», «Технологии производства рекламного продукта», «Планирование антикризисных коммуникаций».

Заочная форма

Дисциплина «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов» Б1.В.ОД8. относится к вариативной части учебного плана бакалавров. Изучается в 9 семестре.

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения: К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного

общества (предшествующие дисциплины «Стилистика и литературное редактирование», «Речевое воздействие в рекламе и связях с общественностью», «Искусство», «Введение в теорию и практику рекламы», «Введение в теорию и практику связей с общественностью», «Информатика»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов (предшествующая дисциплины «Работа с рекламными и PR-текстами», «Инфографика и визуализация коммуникационного продукта», «Креативные технологии в рекламе», «Конструирование рекламы»), а также социальные, правовые, этические и психологические аспекты его функционирования (предшествующие дисциплины «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Организация рекламных и PR-мероприятий», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», «PR в сфере культуры», «Современная пресс-служба», «Планирование антикризисных коммуникаций», «Основы интегрированных коммуникаций», «Цифровой маркетинг», «Компьютерная графика и дизайн в рекламе», «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях», «Управление общественным мнением»)

Дисциплины, для которых данная дисциплина является предшествующей/параллельной:

В дальнейшем курс будет изучаться параллельно с такими дисциплинами как: «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Внутрифирменные коммуникации». «Коммуникационный менеджмент», «Технологии производства рекламного продукта». А также послужит основой учебной практики, Профессионально-творческой производственной, преддипломной практики и ГИА.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем, копирайтинга	<p>Знать: основные понятия стилистики, принципы и приемы литературного редактирования и копирайтинга, типы текстов и документов, используемых при создании контента</p> <p>Уметь: создавать все виды профессиональных текстов и документов, осуществлять редакторский анализ и правку текста в сети Интернет</p> <p>Владеть: навыками литературного редактирования копирайтинга, навыками корректуры</p>
ОПК6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p>Знать: современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии для осуществления профессиональных функций</p> <p>Уметь: работать с агрегаторами новостей, мсоциальными сетями, форумами,</p> <p>Владеть: программным обеспечением и техническими средствами для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет</p>
ПК1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p>Знать: технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p> <p>Уметь: проводить мероприятия по повышению и продвижению медиа-имиджа организации, ее руководителя, оценивать эффективность связей с общественностью в данном процессе</p> <p>Владеть: основными методами конструирования имиджа организации и ее руководителя в сети</p>

	Интернет
ПК4 Способен организовывать и осуществлять работу по созданию и редактированию контента	<p>Знать: технологиях контент-менеджмента и контент-маркетинга, аудита сайта и мониторинга социальных сетей</p> <p>Уметь: организовать работы по наполнению сайта текстовым и графическим контентом, собирать информацию из разных источников, систематизировать и излагать ее, писать, обрабатывать и перерабатывать тексты в различных стилях, создавать уникальный и разнообразный контент (текст, фото, видео)</p> <p>Владеть: навыками разработке и создания качественного информационного контента, технологиями аудита сайта, анализа информационных потребностей посетителей сата.</p>

4. Общая трудоемкость дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетные единицы

5. Образовательные технологии

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

- проведение семинарских занятий;
- подготовка, практических работ их обсуждение;

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- работа с текстами: учебниками, дополнительной литературой;
- выполнение практических заданий, подготовка проекта
- подготовка к зачету.

6. Контроль успеваемости

Текущий контроль осуществляется путем оценки работы обучающихся на семинарских занятиях (ответов, дополнений, замечаний), проверки выполнения домашних заданий, а также проверки освоения обучающимися учебной и научной литературы по вопросам, изучаемым в рамках учебной дисциплины.

Промежуточный контроль осуществляется путем подготовки практических заданий, проекта.

Итоговый контроль знаний осуществляется путем проведения зачета.