

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 26.05.2025 16:53:17
Уникальный программный ключ:
sa953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

Экономический факультет

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):

МАРКЕТИНГ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2025 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Контент-маркетинг» входит в программу бакалавриата «Маркетинг» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 6 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 3 разделов и 9 тем и направлена на изучение

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов базовых знаний контент-маркетинга как одного из ключевых направлений в digital маркетинге

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Контент-маркетинг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.2 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений; УК-1.3 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;
ПК-1	Способность к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-1.1 Знает и владеет мировыми практиками для планирования и проведения маркетинговых исследований; ПК-1.2 Владеет навыками получения маркетинговой информации с целью оценки рыночной конъюнктуры; ПК-1.3 Умеет проводить маркетинговые исследования конъюнктуры рынка с целью корректировки продуктовой концепции, цены, каналов распределения и инструментов продвижения; ПК-1.4 Знает основы оценки внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность компании; ПК-1.5 Анализирует информацию, полученную в результате маркетингового исследования, а также разрабатывает рекомендации для принятия эффективного управленческого решения;
ПК-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.1 Применяет современные подходы при разработке концепции продукта и формировании стратегии ценообразования, в том числе и на международных рынках; ПК-2.2 Использует современные подходы при разработке сбытовой политики компании и политики продвижения, в том числе и на международных рынках; ПК-2.3 Формирует и использует оптимальные каналы распределения, а также создает эффективную систему товародвижения; ПК-2.4 Умеет использовать современные техники и методы продаж, а также применяет современные подходы при оценке динамики продаж и их прогнозировании; ПК-2.5 Демонстрирует навыки в управлении бюджетом компании, в том числе рекламным бюджетом и бюджетом на продвижение; ПК-2.6 Умеет интегрировать различные инструменты продвижения в комплексе маркетинговых коммуникаций;

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Контент-маркетинг» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Контент-маркетинг».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Макроэкономика; Микроэкономика; Математическая логика и теория алгоритмов**; Моделирование бизнес-процессов**; Персональный брендинг**; Экономическая география; Маркетинг; Методы оптимальных решений**; Мировая экономика; Основы научных исследований**; Экономическая статистика; Тайм-менеджмент**; Психология личности и профессиональное самоопределение**; Бизнес в Интернет**; Международные экономические организации**; Теория и практика международного бизнеса**; Страховой бизнес**; Комплаенс документации**; Маркетинговое управление бизнес-процессами**; Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**; Навыки и технологии публичных презентаций**; Основы трейдинга на фондовом рынке**; История финансовых потрясений в мировой экономике**; Коммуникации в экономике и управлении**; Тренинг: работа с международной статистикой**; Основы международных стандартов учета и аудита**; Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**; Эмоциональный интеллект**; Цифровые технологии в	CRM системы и программы лояльности**; Стратегии и технологии продаж на рынках товаров повседневного спроса**; Методы исследования рынка; Маркетинг услуг**; Категорийный маркетинг**; Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		управлении**; Основы налоговых правоотношений в учете**; Основы финансового прогнозирования**; Дизайн-мышление**; Phygital-технологии в экономике**; Цифровой банкинг**; Ценообразование в маркетинге**; Малое предпринимательство в рыночной экономике**; Основы бизнес-аналитики**; Основы предпринимательства**; "Мягкая сила" в мировой экономике**; Мировые финансовые центры**; Математика (Часть 1); Математика (Часть 2); Управление талантами**; Креативность и инновации в бизнесе**; Нейромаркетинг**; Брендинг территорий**; Безопасность в цифровой среде**; Визуализация пространственных данных в экономике**; Технологический суверенитет в многополярном мире**; Современные финансовые технологии**; Креативная экономика в городах и регионах**; Умный город: практика внедрения цифровых технологий**; Самокоучинг**; Девелопмент: городские и региональные инвестиционные проекты**; Экономика и финансы устойчивого развития**; Корпоративное мошенничество: как обезопасить бизнес**; Ознакомительная практика;	
ПК-1	Способность к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Математическая логика и теория алгоритмов**; Моделирование бизнес-процессов**; Маркетинговые исследования; Поведение потребителей; Персональный брендинг**; Методы принятия управленческих решений; Управление человеческими ресурсами; Экономическая география;	Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		Методы оптимальных решений**; Основы научных исследований**; Правоведение; Экономика предприятия; Тайм-менеджмент**; Психология личности и профессиональное самоопределение**; Бизнес в Интернет**; Международные экономические организации**; Теория и практика международного бизнеса**; Страховой бизнес**; Комплаенс документации**; Маркетинговое управление бизнес-процессами**; Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**; Навыки и технологии публичных презентаций**; Основы трейдинга на фондовом рынке**; История финансовых потрясений в мировой экономике**; Коммуникации в экономике и управлении**; Тренинг: работа с международной статистикой**; Основы международных стандартов учета и аудита**; Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**; Эмоциональный интеллект**; Цифровые технологии в управлении**; Основы налоговых правоотношений в учете**; Основы финансового прогнозирования**; Дизайн-мышление**; Phygital-технологии в экономике**; Цифровой банкинг**; Ценообразование в маркетинге**; Малое предпринимательство в рыночной экономике**; Основы бизнес-аналитики**; Основы предпринимательства**; "Мягкая сила" в мировой экономике**; Мировые финансовые центры**; Управление талантами**; Креативность и инновации в бизнесе**; Нейромаркетинг**; Брендинг территорий**;	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<i>Безопасность в цифровой среде**;</i> Python и SQL в экономике и управлении; <i>Визуализация пространственных данных в экономике**;</i> <i>Технологический суверенитет в многополярном мире**;</i> <i>Современные финансовые технологии**;</i> <i>Креативная экономика в городах и регионах**;</i> <i>Умный город: практика внедрения цифровых технологий**;</i> <i>Самокоучинг**;</i> <i>Девелопмент: городские и региональные инвестиционные проекты**;</i> <i>Экономика и финансы устойчивого развития**;</i> <i>Корпоративное мошенничество: как обезопасить бизнес**;</i>	
ПК-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	<i>Маркетинг взаимоотношений и партнерства;</i> <i>Маркетинговые исследования;</i> <i>Поведение потребителей;</i> <i>Тайм-менеджмент**;</i> <i>Маркетинговое управление бизнес-процессами**;</i> <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i> <i>Ценообразование в маркетинге**;</i> <i>Продвинутый Excel**;</i> <i>Основы предпринимательства**;</i> <i>Маркетинг продаж**;</i> <i>Визуализация данных с использованием инструментов искусственного интеллекта**;</i> <i>Основы проектной деятельности в управлении маркетингом;</i> <i>Современные маркетинговые технологии на маркетплейсах**;</i>	<i>Маркетинговые коммуникации;</i> <i>Событийный маркетинг**;</i> <i>Позиционирование городов мира: поиск идентичности**;</i> <i>CRM системы и программы лояльности**;</i> <i>Стратегии и технологии продаж на рынках товаров повседневного спроса**;</i> <i>Маркетинговая логистика**;</i> <i>Marketing logistics**;</i> <i>Корпоративные связи с общественностью**;</i> <i>B2B маркетинг;</i> <i>Маркетинг услуг**;</i> <i>Категорийный маркетинг**;</i> <i>"Зеленый" маркетинг**;</i> <i>Преддипломная практика;</i>

* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Контент-маркетинг» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			6
Контактная работа, ак.ч.	42		42
Лекции (ЛК)	14		14
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	28		28
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	21		21
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72
	зач.ед.	2	2

Общая трудоемкость дисциплины «Контент-маркетинг» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			7
Контактная работа, ак.ч.	51		51
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		34
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	48		48
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	108	108
	зач.ед.	3	3

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Основы контент маркетинга	1.1	История возникновения контент маркетинга	ЛК, СЗ
		1.2	Контент маркетинг в воронке продаж	ЛК, СЗ
Раздел 2	Стратегия и тактика контент-маркетинга	2.1	Основные инструменты контент маркетинга	ЛК, СЗ
		2.2	Типы контента	ЛК, СЗ
		2.3	Особенности создания контента для различных ресурсов	ЛК, СЗ
		2.4	Форматы и каналы распространения контента	ЛК, СЗ
		2.5	Создание контент-платформы	ЛК, СЗ
Раздел 3	Концепция CJM как основа для разработки контента	3.1	Суть концепции CJM	ЛК, СЗ
		3.2	Применение инструментов контент-маркетинга на каждом этапе CJM	ЛК, СЗ

* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Ауд. 107. Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM – 1105 MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	Ауд. 107. Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM – 1105 MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC
Для	Аудитория для самостоятельной работы	Ауд. 107. Моноблок

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
самостоятельной работы	обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM – 1105 MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC

* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497224> (дата обращения: 31.03.2024).

2. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489043> (дата обращения: 31.03.2024).

Дополнительная литература:

1. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/509167> (дата обращения: 31.03.2024).

2. Кобелев, О.А. Электронная коммерция : учебное пособие / О.А. Кобелев ; под ред. С.В. Пирогова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 684 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01738-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496127>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН
<https://mega.rudn.ru/MegaPro/Web>

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>

- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>

- ЭБС «Консультант студента» www.studentlibrary.ru

- ЭБС «Знаниум» <https://znanium.ru/>

2. Базы данных и поисковые системы

- Sage <https://journals.sagepub.com/>
- Springer Nature Link <https://link.springer.com/>
- Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля:*

1. Курс лекций по дисциплине «Контент-маркетинг».

* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

РАЗРАБОТЧИК:

доцент

Должность, БУП

Подпись

Асмятуллин Равиль
Рамилевич
Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность, БУП

Подпись

Лукина Анастасия
Владимировна
Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

доцент

Должность, БУП

Подпись

Зобов Александр
Михайлович
Фамилия И.О.