

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Воронежский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета  Скляров К.А.  
«31» августа 2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
дисциплины  
«Контент-менеджмент корпоративного сайта»

**Направление подготовки** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

**Профиль** Реклама и связи с общественностью

**Квалификация выпускника** бакалавр

**Нормативный период обучения** 4 года / 4 года и 11 м.

**Форма обучения** очная / заочная

**Год начала подготовки** 2018

Автор программы  /Меликян С.В./

Заведующий кафедрой  
Связи с общественностью  /Скрипникова Н.Н./

Руководитель ОПОП  /Скрипникова Н.Н./

Воронеж 2018

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1. Цели дисциплины

Обеспечение достаточного и необходимого уровня теоретических знаний и навыков их применения в решении практических задач работы с корпоративным ресурсом организации

### 1.2. Задачи освоения дисциплины

– изучение студентами теоретических аспектов, основных понятий в области контент-менеджмента;

– выработка навыков самостоятельной работы с современными корпоративными ресурсами организации.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Контент-менеджмент корпоративного сайта» относится к дисциплинам вариативной части (дисциплина по выбору) блока Б1.

## 3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины «Контент-менеджмент корпоративного сайта» направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-3 - Способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-5 - Способность осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
ПК-3	Знать историю и основные тенденции развития корпоративного ресурса компании
	Уметь использовать знания в сфере контент-менеджмента в профессиональной деятельности
	Владеть технологиями использования корпоративных коммуникаций в сети Интернет в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов
ПК-5	Знать специфику рекламной и PR-деятельности своего коммуникационного субъекта; инструментарий рекламного и PR-позиционирования корпоративной структуры в сети Интернет; особенности оценки эффективности корпоративного веб-ресурса.
	Уметь применять теоретические и практические знания для разработки, сопровождения и оценки

	эффективности корпоративного веб-ресурса организации.
	Владеть приемами создания инновационных креативных технологий для внедрения в сфере стратегической коммуникации в сети Интернет; навыками использования инструментов создания и продвижения Интернет-сайтов; навыками работы с сервисами Web 2.0 и создания контента для размещения в сети Интернет.

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Контент-менеджмент корпоративного сайта» составляет 4 з.е.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий  
**очная форма обучения**

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		4
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	54	54
В том числе:		
Лекции	18	18
Практические занятия (ПЗ)	36	36
<b>Самостоятельная работа</b>	90	90
<b>Курсовая работа</b>	+	+
Виды промежуточной аттестации - зачет с оценкой	+	+
Общая трудоемкость академические часы з.е.	144 4	144 4

**заочная форма обучения**

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		4
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	8	8
В том числе:		
Лекции	2	2

Практические занятия (ПЗ)	6	6
<b>Самостоятельная работа</b>	132	132
<b>Курсовая работа</b>	+	+
Часы на контроль	4	4
Виды промежуточной аттестации - зачет с оценкой	+	+
Общая трудоемкость академические часы з.е.	144 4	144 4

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 5.1 Содержание разделов дисциплины и распределение трудоемкости по видам занятий

#### очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Веб-сайт – основная площадка PR и маркетинга в Интернете	Алгоритм создания веб-сайта. Классификация веб-сайтов как канала стратегических коммуникаций	4	6	14	24
2	SEO: оптимизация веб-сайта для поисковых систем. Внутренняя оптимизация Интернет-сайта.	Обзор методов продвижения веб-сайта в Интернете. Алгоритмы работы поисковых машин (индексации, ранжирования). Выведение и описание критериев ранжирования веб-сайтов в поисковых системах Google и Yandex. Технологии внутренней оптимизации веб-сайта. Текстовая оптимизация веб-сайтов.	4	6	14	24
3	Семантическое ядро сайта. Составление метатегов сайта.	Понятие и создание семантического ядра сайта Популярные сервисы анализа запросов к поисковым системам, анализа сайтов-конкурентов, кластеризации поисковых запросов. Алгоритм работы метатегами (title, description, keywords). Технология оптимизация title, description, keywords.	4	6	14	24
4	Значение текстов сайта для SEO, принципы их создания и оптимизации.	Обзор и установление значимости текстовых факторов ранжирования сайта поисковыми системами. Сервисы для анализа текстов: istio.com, advego.ru, content-watch.ru, miratext.ru и др. Анализ структуры SEO-текстов. Составление технического задания/брифа для копирайтеров.	2	6	16	24
5	Landing Page как конвертер трафика	Технология проектирования Landing Page: составление портрета целевой аудитории, формулирование выгоды, создание уникального торгового предложения, определение целевого действия, работа с возражениями. Анализ и создание контента для Landing Page	2	6	16	24
6	Оценка эффективности сайта	Сервисы Yandex.Metrika, Google Analytics. Анализ поведенческих факторов ранжирования сайта: время на сайте, глубина просмотра, отказы.	2	6	16	24
<b>Итого</b>			<b>18</b>	<b>36</b>	<b>90</b>	<b>144</b>

#### заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
-------	-------------------	--------------------	------	-----------	-----	------------

1	Веб-сайт – основная площадка PR и маркетинга в Интернете	Алгоритм создания веб-сайта. Классификация веб-сайтов как канала стратегических коммуникаций	2	-	22	24
2	SEO: оптимизация веб-сайта для поисковых систем. Внутренняя оптимизация Интернет-сайта.	Обзор методов продвижения веб-сайта в Интернете. Алгоритмы работы поисковых машин (индексации, ранжирования). Выведение и описание критериев ранжирования веб-сайтов в поисковых системах Google и Yandex. Технологии внутренней оптимизации веб-сайта. Текстовая оптимизация веб-сайтов.	-	-	22	22
3	Семантическое ядро сайта. Составление метатегов сайта.	Понятие и создание семантического ядра сайта. Популярные сервисы анализа запросов к поисковым системам, анализа сайтов-конкурентов, кластеризации поисковых запросов. Алгоритм работы метатегами (title, description, keywords). Технология оптимизация title, description, keywords.	-	-	22	22
4	Значение текстов сайта для SEO, принципы их создания и оптимизации.	Обзор и установление значимости текстовых факторов ранжирования сайта поисковыми системами. Сервисы для анализа текстов: istio.com, advego.ru, content-watch.ru, miratext.ru и др. Анализ структуры SEO-текстов. Составление технического задания/брифа для копирайтеров.	-	2	22	24
5	Landing Page как конвертер трафика	Технология проектирования Landing Page: составление портрета целевой аудитории, формулирование выгоды, создание уникального торгового предложения, определение целевого действия, работа с возражениями. Анализ и создание контента для Landing Page	-	2	22	24
6	Оценка эффективности сайта	Сервисы Yandex.Metrica, Google Analytics. Анализ поведенческих факторов ранжирования сайта: время на сайте, глубина просмотра, отказы.	-	2	22	24
<b>Итого</b>			<b>2</b>	<b>6</b>	<b>132</b>	<b>140</b>

## 5.2 Перечень лабораторных работ

Не предусмотрено учебным планом

## 6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ) И КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины предусматривает выполнение курсовой работы в 4 семестре для очной формы обучения, в 4 семестре для заочной формы обучения.

Примерная тематика курсовой работы:

1. «Создание корпоративного сайта коммерческой организации. Рабочая группа: от создания к функционированию».
2. «Создание корпоративного сайта образовательного учреждения. Рабочая группа: от создания к функционированию»
3. «Создание корпоративного сайта производственной организации. Рабочая группа: от создания к функционированию»

Курсовой проект групповой. Проект разрабатывается и представляется на семинарских занятиях в виде презентации. Защита проекта производится на заключительном занятии.

Критерии оценки проекта (текста):

1. Соответствие работы заданной структуре.
2. Соответствие работы заданному объему.
3. Полнота описания, ссылки на документы / источники информации.

4. Адекватность определения потребностей в изменении / развитии системы коммуникаций.
  5. Логичность предложений, их обоснованность.
  6. Структурированность описания программы по реализации предложений.
  7. Конкретность и ясность изложения, использование профессиональной лексики.
  8. Разработка сопутствующих документов по реализации предложений.
  9. Оформление работы в соответствии со стандартными требованиями к оформлению учебных письменных работ.
  10. Предоставление готовой работы в установленный срок.
- Несоответствие представленной работы любому из перечисленных критериев является основанием снижения оценки на 1 балл (10 баллов (отлично) – полное соответствие всем критериям).

## **7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

### **7.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

#### **7.1.1 Этап текущего контроля**

Результаты текущего контроля знаний и межсессионной аттестации оцениваются по следующей системе:

«аттестован»;

«не аттестован».

<b>Компетенция</b>	<b>Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции</b>	<b>Критерии оценивания</b>	<b>Аттестован</b>	<b>Не аттестован</b>
ПК-3	Знать историю и основные тенденции развития корпоративного ресурса компании	Тест, решение задач	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Уметь использовать знания в сфере контент-менеджмента в профессиональной деятельности	Тест, решение задач	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Владеть технологиями использования корпоративных коммуникаций в сети Интернет в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов	Тест, решение задач	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
ПК-5	Знать специфику рекламной и PR-деятельности своего коммуникационного субъекта; инструментарий рекламного	Тест, решение задач	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

<p>и PR-позиционирования корпоративной структуры в сети Интернет; особенности оценки эффективности корпоративного веб-ресурса.</p>			
<p>Уметь применять теоретические и практические знания для разработки, сопровождения и оценки эффективности корпоративного веб-ресурса организации.</p>	<p>Тест, решение задач</p>	<p>Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах</p>	<p>Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах</p>
<p>Владеть приемами создания инновационных креативных технологий для внедрения в сфере стратегической коммуникации в сети Интернет; навыками использования инструментов создания и продвижения Интернет-сайтов; навыками работы с сервисами Web 2.0 и создания контента для размещения в сети Интернет.</p>	<p>Тест, решение задач</p>	<p>Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах</p>	<p>Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах</p>

### 7.1.2 Этап промежуточного контроля знаний

Результаты промежуточного контроля знаний оцениваются в 4 семестре для очной формы обучения, 4 семестре для заочной формы обучения по четырехбалльной системе:

«отлично»;

«хорошо»;

«удовлетворительно»;

«неудовлетворительно».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
ПК-3	Знать историю и основные тенденции развития корпоративного ресурса компании	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов
	Уметь использовать знания в сфере контент-менеджмента в профессиональной деятельности	Решение стандартных практических задач	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
	Владеть технологиями использования корпоративных коммуникаций в сети Интернет в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
ПК-5	Знать специфику рекламной и PR-деятельности своего коммуникационного субъекта; инструментарий рекламного и PR-позиционирования корпоративной структуры в сети Интернет; особенности оценки эффективности корпоративного веб-ресурса.	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов
	Уметь применять теоретические и практические знания для разработки, сопровождения и оценки эффективности корпоративного	Решение стандартных практических задач	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены

веб-ресурса организации.					
Владеть приемами создания инновационных креативных технологий для внедрения в сфере стратегической коммуникации в сети Интернет; навыками использования инструментов создания и продвижения Интернет-сайтов; навыками работы с сервисами Web 2.0 и создания контента для размещения в сети Интернет.	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены

## **7.2 Примерный перечень оценочных средств (типичные контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности)**

### **7.2.1 Примерный перечень заданий для подготовки к тестированию**

#### **1. Сайт — это**

- а) программа, предназначенная для просмотра опубликованных в Интернете веб-страниц;
- б) программа, установленная на компьютере, подключенном к высокоскоростной магистрали Интернет;
- в) интегрированная часть сервера, посвященная какой-либо одной тематике.

2. Для обеспечения конфиденциальности информации, оставляемой клиентом на сайте, могут быть применены

- а) только специальные средства защиты и шифрования;
- б) только пароли;
- в) специальные средства защиты и шифрования и пароли.

3. Основной функцией создания корпоративного сайта является

- а) только поддержка существующего бизнеса; б) только продвижение товаров и услуг компании в сети;
- в) поддержка существующего бизнеса и продвижение товаров и услуг компании в сети.

4. Недопустимо, чтобы сайт компании обладал таким свойством, как

- а) профессиональный дизайн;
- б) поддержка диалога с клиентами и вовлечение их в дискуссию;
- в) нерегулярное обновление информации.

5. Наблюдение в Интернете за посетителями сайта позволяет

- а) лишь собрать статистическую информацию о поведении посетителей на сайте и их предпочтениях;
- б) лишь выявить степень заинтересованности посетителей в содержимом сайта;
- в) собрать статистическую информацию о поведении посетителей на сайте и их предпочтениях и выявить степень заинтересованности посетителей в содержимом сайта.

6. Линкбэитинг – это...

- а) создание контента для сайта, который будет заставлять людей ссылаться на него
- б) особая схема внутренней перелинковки сайта
- в) покупка ссылок с хорошими показателями на биржах
- г) правила размещения ссылок на сайте.

7. Что такое «контент»?

- а) это вся информация, которая есть на сайте: тексты, картинки, музыка и др.
- б) это тексты на сайте
- в) это реклама в поисковой выдаче
- г) это текст на сайте, разбитый в определенные блоки: новости, акции, статьи и т.д.

8. Какой тег поможет вам избавиться на сайте от дублированного контента, указывая поисковику предпочитаемую версию URL-адреса для страницы?

- а) сколько было отказов на сайте
- б) 301-редирект
- в) с каких источников трафика пользователи попадали на сайт в отчетном периоде
- г) `<link rel="canonical" href="http://адрес"/>`

9. Выберите пример корректного написания тега Title для главной страницы сайта, продвигаемой по запросам «доставка цветов по Воронежу», «недорогие свадебные букеты».

- а) магазин Купидон в Воронеже
- б) доставка цветов по Воронежу: недорогие свадебные букеты – цветочный магазин Купидон
- в) свадебные букеты недорого, заказ букетов, доставка цветов по Воронежу
- г) магазин Купидон предлагает свадебные букеты и доставку цветов по Воронежу

10. Что такое СТА?

- а) это показатель системы текстовой аналитики, с помощью которого можно оценить плотность ключевых слов в тексте
- б) это призыв к действию, который побуждает клиента совершить на сайте целевое действие
- в) это показатель уровня повторно вернувшихся на сайт пользователей
- г) это отношение числа переходов по ссылке к общему числу показов.

**7.2.2 Примерный перечень заданий для решения стандартных задач**

1. Создайте прототип Landing Page по вашему проекту, включающий не менее 5-ти экранов. Укажите, какова цель и задачи вашего лэндинга для бизнеса.

2. Проанализируйте контент сайта Воронежского государственного технического университета по плану, предложенному на лекции.

3. Проанализируйте дизайн сайта Воронежского государственного технического университета по чек-листу, предложенному на лекции.

4. Изучите главы 1-5 источника Кажарнович В.Ф. SEO на результат: простые и понятные методы продвижения в интернете. – СПб.: Питер, 2017 и составьте свой чек-лист для проверки качества SEO сайта.

5. Проведите конкурентный анализ сайтов по теме вашего проекта (не менее 10 конкурентов в Yandex и Google). Результаты представьте в виде таблицы.

### **7.2.3 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач**

1. Составьте семантическое ядро для нового сайта одной из следующих компаний:

- \* Доставка цветов по г. Воронеж
- \* Туристической базы в Рамонском районе.
- \* Автомастерской в г. Воронеж
- \* Школа танцев в Железнодорожном районе г. Воронеж
- \* Сеть тренажерных залов в г. Воронеж.

По вашему желанию вы можете менять геолокацию компании, придумать ей название и уникальное торговое предложение, отличающее от конкурентов.

Алгоритм работы с семантическим ядром:

- Составьте список ключевых запросов, соответствующих вашей тематике (товарам, услугам). Используйте сервисы [wordstat.yandex.ru](http://wordstat.yandex.ru) или [adwords.google.com](http://adwords.google.com), [trends.google.com](http://trends.google.com). Обратите внимание, чтобы получить доступ к сервисам, необходимо иметь аккаунт в Yandex или Google соответственно. Работать с полученными ключевыми запросами удобно в MS Excel.

- Проанализируйте ключевые слова, по которым продвигаются ваши конкуренты. Добавьте нужные вам запросы в ваш список, если их там еще нет.

- Примите решение о том, по каким запросам вы будете продвигать ваш сайт. Удалите ненужные вам запросы (например, запросы на услуги, которые ваша компания не предоставляет). Проведите кластеризацию оставшихся запросов: объедините похожие, определите, какие разделы могут быть на вашем сайте в соответствии с полученными запросами, распределите запросы по разделам будущего сайта.

2. Составьте метатеги title, description, keywords для главной страницы вашего сайта, а также для страницы одного из разделов.

3. Подготовьте текст для выбранного вами раздела сайта.

Проанализируйте тексты ваших конкурентов: объем, «тошнота», расположение ключевых запросов, использование заголовков, изображений.

Напишите собственный текст, исходя из полученных параметров.

Проверьте уникальность текста, его «естественность» (по закону Ципфа), «водность», количество знаков в одном из онлайн-сервисов (на ваш выбор).

### **7.2.4 Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету с оценкой**

1. Понятие веб-сайта и принципы его устройства.
2. Функции и возможности веб-сайтов для PR и маркетинга.
3. Типы веб-сайтов и их контент. Этапы работы над веб-сайтом.

4. Методы продвижения веб-сайта в Интернете.
5. Принципы работы поисковых машин, понятия индексации, ранжирования, релевантности.
6. Критерии ранжирования веб-сайтов в поисковых системах Google и Yandex. ТИЦ и Page Rank.
7. Семантическое ядро сайта: сущность и функции.
8. Технология создания семантического ядра сайта
9. Типология поисковых запросов: частотность, конкурентность, содержание.
10. Метатеги: сущность и функции. Содержание title, description, keywords.
11. Алгоритм работы с метатегами. Оптимизация title, description, keywords.
12. Текстовые факторы ранжирования сайта поисковыми системами. Сервисы для анализа текстов.
13. Структура текстов. Теги H1-H6. Составление технического задания/брифа для копирайтеров.
14. Определение Landing Page, отличия от сайта, функции;
15. Технология проектирования Landing Page: портрет целевой аудитории, формулирование выгоды, создание уникального торгового предложения, определение целевого действия, работа с возражениями;
16. Особенности контента Landing Page.
17. Сервисы Yandex.Metrica, Google Analytics. Основные метрики: просмотры, визиты, посетители.
18. Анализ поведенческих факторов ранжирования сайта: время на сайте, глубина просмотра, отказы.

#### **7.2.6. Методика выставления оценки при проведении промежуточной аттестации**

Зачет с оценкой проводится по билетам, в каждый из которых включено два теоретических вопроса и типовое практическое задание, соответствующие содержанию формируемых компетенций. Зачет проводится в устной форме. На ответ студенту отводится 0,35 академического часа. Каждый правильный ответ на вопрос в билете оценивается 5 баллами, задание оценивается в 10 баллов. Максимальное количество набранных баллов – 20.

1. Оценка «Неудовлетворительно» ставится в случае, если студент набрал менее 6 баллов.
2. Оценка «Удовлетворительно» ставится в случае, если студент набрал от 6 до 10 баллов
3. Оценка «Хорошо» ставится в случае, если студент набрал от 11 до 15 баллов.
4. Оценка «Отлично» ставится, если студент набрал от 16 до 20 баллов.

### 7.2.7 Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Веб-сайт – основная площадка PR и маркетинга в Интернете	ПК-3, ПК-5	Тест, решение задач, требования к курсовому проекту, устный ответ на зачете
2	SEO: оптимизация веб-сайта для поисковых систем. Внутренняя оптимизация Интернет-сайта.	ПК-3, ПК-5	Тест, решение задач, требования к курсовому проекту, устный ответ на зачете
3	Семантическое ядро сайта. Составление метатегов сайта.	ПК-3, ПК-5	Тест, решение задач, требования к курсовому проекту, устный ответ на зачете
4	Значение текстов сайта для SEO, принципы их создания и оптимизации.	ПК-3, ПК-5	Тест, решение задач, требования к курсовому проекту, устный ответ на зачете
5	Landing Page как конвертер трафика	ПК-3, ПК-5	Тест, решение задач, требования к курсовому проекту, устный ответ на зачете
6	Оценка эффективности сайта	ПК-3, ПК-5	Тест, решение задач, требования к курсовому проекту, устный ответ на зачете

### 7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Тестирование осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных тест-заданий на бумажном носителе. Время тестирования 30 мин. Затем осуществляется проверка теста экзаменатором и выставляется оценка согласно методике выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение стандартных задач осуществляется с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методике выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение прикладных задач осуществляется с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методике выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Защита курсовой работы, курсового проекта или отчета по всем видам практик осуществляется согласно требованиям, предъявляемым к работе, описанным в методических материалах. Примерное время защиты на одного студента составляет 20 мин.

## 8 УЧЕБНО МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ)

### 8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Малышев, С. Л. Управление электронным контентом [Электронный ресурс] / С. Л. Малышев. - Управление электронным контентом ; 2021-11-30. - Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 124 с. - Лицензия до 30.11.2021. - ISBN 978-5-4486-0528-4. URL: <http://www.iprbookshop.ru/79725.html>
2. Веселкова, Т. В. Эффективная эксплуатация сайта [Электронный ресурс] : Практическое пособие / Т. В. Веселкова, А. С. Кабанов. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 176 с. - ISBN 978-5-394-03166-3 URL: <http://www.iprbookshop.ru/83128.html>
3. Титов, В. А. Разработка WEB-сайта средствами языка HTML [Электронный ресурс] : Учебное пособие / В. А. Титов, Г. И. Пещеров. - Разработка WEB-сайта средствами языка HTML ; 2024-01-11. - Москва : Институт мировых цивилизаций, 2018. - 184 с. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 11.01.2024 (автопродлонгация). - ISBN 978-5-9500469-3-3. URL: <http://www.iprbookshop.ru/80643.html>
4. Сытник, И. Ф. Разработка Web-сайта с помощью Dreamweaver [Электронный ресурс] : Учебное пособие / И. Ф. Сытник, О. А. Торопова. - Саратов : Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2012. - 60 с. - ISBN 978-5-7433-2664-8 URL: <http://www.iprbookshop.ru/76507.html>
5. 78-2020 Организация контактной работы преподавателей и студентов: методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж : Воронежский государственный технический университет, 2020. - 12 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова\_Методические рекомендации по контактной работе.pdf.
6. 77-2020 Выполнение курсовых работ (проектов): методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж : Воронежский государственный технический университет, 2020. - 20 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова. Методические рекомендации по написанию курсовых работ.pdf.
7. 76-2020 Организация самостоятельной работы студентов: методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж : Воронежский государственный технический университет, 2020. - 24 с. Методические рекомендации подготовлены в

электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова  
Метод. рек. по самост. работе студ..pdf.

**8.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:**

#### **Лицензионное программное обеспечение**

- Microsoft Office Word 2013/2007
- Microsoft Office Excel 2013/2007
- Microsoft Office Power Point 2013/2007
- Acrobat Professional 11.0 MLP
- ABBYY FineReader 9.0
- «Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»»
- Модуль «Программный комплекс поиска текстовых заимствований в открытых источниках сети интернет «Антиплагиат-интернет»»
- Модуль обеспечения поиска текстовых заимствований по коллекции диссертаций и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ)
- Модуль поиска текстовых заимствований по коллекции научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU

#### **Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

Клуб специалистов PR [www.pr-club.com](http://www.pr-club.com)

Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online»

<http://biblioclub.ru/>

Мониторинг СМИ и СОЦМЕДИА в режиме реального времени  
«Медиалогия» <https://www.mlg.ru/>

#### **Информационные справочные системы**

<http://window.edu.ru>

<https://wiki.cchgeu.ru/>

## **9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

Освоение дисциплины предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий с необходимыми техническими средствами (компьютер с Microsoft Office, проектор, экран переносной напольный, презентации в системе Power Point, банк тестов по курсу).

## 10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Основой изучения дисциплины «Контент-менеджмент корпоративного сайта» являются лекции, на которых излагаются наиболее существенные и трудные вопросы, а также вопросы, не нашедшие отражения в учебной литературе.

В соответствии с требованиями образовательного стандарта при реализации компетентностного подхода предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

1. Интерактивные лекции с использованием мультимедийного оборудования, а также интерактивного взаимодействия с аудиторией по принципу «вопрос – ответ».
2. Подготовка самостоятельных творческих работ и их последующие презентации, решение PR-задач/ситуаций из реальной PR-практики, деловые игры, кейсы, тестирование, проведение групповых дискуссий по тематике курса, современные технологии контроля знаний.

Методика выполнения курсового проекта изложена в учебно-методическом пособии. Выполнять этапы курсового проекта должны своевременно и в установленные сроки.

Контроль усвоения материала дисциплины производится тестированием, проверкой решения задач, проверкой курсовой работы, защитой курсовой работы.

Вид учебных занятий	Деятельность студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на лекции или на практическом занятии.
Практическое занятие	Конспектирование рекомендуемых источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, выполнение расчетно-графических заданий, решение задач по алгоритму.
Курсовая работа	В ходе работы над курсовым проектом студент закрепляет материал,

	<p>полученный на аудиторных занятиях, приобретает навыки научного мышления, осваивает методологию исследования, самостоятельно получает дополнительные теоретические знания, закрепляет их на практике. Работа над курсовым проектом заключается в последовательном выполнении следующих этапов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выбор темы;</li> <li>- составление плана исследования;</li> <li>- сбор и изучение литературы;</li> <li>- формулирование рабочей гипотезы;</li> <li>- сбор и обработка эмпирических данных;</li> <li>- написание работы.</li> </ul> <p>Курсовой проект должен иметь определенную структуру, включающую следующие элементы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- введение (обосновывается актуальность, формулируются цель, задачи исследования, обозначаются методы исследования, а также прочие вопросы, являющиеся важными для правильного понимания сущности данной работы);</li> <li>- теоретическая часть (обзор литературы и постановка задачи, описание применяемых методов, методик и инструментов для решения поставленных задач);</li> <li>- практическая часть (описание собственного эмпирического исследования, изложение конкретных результатов);</li> <li>- заключение (содержит общие выводы по проведенному студентом исследованию);</li> <li>- список использованной литературы (оформленный по ГОСТу);</li> <li>- приложения (иллюстративный материал к исследованию).</li> </ul>
<p>Самостоятельная работа</p>	<p>Самостоятельная работа студентов способствует глубокому усвоению учебного материала и развитию навыков самообразования. Самостоятельная работа предполагает следующие составляющие:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- работа с текстами: учебниками, справочниками, дополнительной литературой, а также проработка конспектов лекций;</li> <li>- работа над темами для самостоятельного изучения;</li> <li>- участие в работе студенческих научных конференций, олимпиад;</li> <li>- подготовка к промежуточной аттестации.</li> </ul>
<p>Подготовка к промежуточной аттестации</p>	<p>Готовиться к промежуточной аттестации следует систематически, в течение всего семестра. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц-полтора до промежуточной аттестации. Данные перед зачетом с оценкой, зачетом с оценкой три дня эффективнее всего использовать для повторения и систематизации материала.</p>

## Лист регистрации изменений

№ п/п	Перечень вносимых изменений	Дата внесения изменений	Подпись заведующего кафедрой, ответственной за реализацию ОПОП
1	Актуализирован раздел 8.2 в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем	31.08.2019	
2	Актуализирован раздел 8.2 в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем	31.08.2020	