

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костровец Лариса Борисовна
Должность: директор
Дата подписания: 16.05.2026 13:07:58
Уникальный программный ключ:
6882606104c36dbde41c4ab93a65382136a292d6

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДЭ.02.01 Управление корпоративным контентом

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.04.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Стратегический маркетинг и бренд-менеджмент

(наименование образовательной программы)

магистр

(квалификация)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2026

Город Донецк

Автор(ы)-составитель(и) РПП:

Близкая Наталья Владимировна, старший преподаватель кафедры маркетинга и логистики

Заведующий кафедрой:

Попова Татьяна Александровна, канд. экон. наук, доцент, заведующий кафедрой маркетинга и логистики

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДЭ.02.01 Управление корпоративным контентом одобрена на заседании кафедры маркетинга и логистики Донецкого филиала РАНХиГС.

протокол № 6 от «03» марта 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания
5. Формы аттестации и типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДЭ.02.01 Управление корпоративным контентом обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)	Код компетенции	Наименование компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Наименование индикатора достижения компетенций	Образовательный результат
С/01.8 Формирование маркетинговой стратегии организации	УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.2	Организует межкультурное взаимодействие на основе уважения и понимания культурных различий	УК-5.2. 3-1. Знает основы межкультурной коммуникации, принципы учета культурных различий при создании и управлении корпоративным контентом.
					УК-5.2. У-1. Умеет применять методы организации межкультурного взаимодействия для разработки и адаптации корпоративного контента с уважением к культурным особенностям аудитории.
	ПК-1	Способен формировать маркетинговые стратегии организации	ПК-1.3	Создает и развивает операционные системы для выполнения маркетинговых функций в организации	ПК-1.3. У-2 Умеет прогнозировать результаты, планировать и создавать условия для результативной маркетинговой деятельности организации
					ПК-2.4. 3-9 Знает понятийный аппарат управления проектами
					ПК-2.4. 3-10 Знает способы отслеживания выполнения задач проекта с использованием программ управления проектами
	ПК-2	Способен планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации	ПК-2.3	Согласует и реализует маркетинговый план организации	ПК-2.3 3-30 Знает системы управления корпоративным контентом (далее - ЕСМ-системы): наименования, возможности и порядок работы в них
ПК-2.6 3-30 Знает системы управления корпоративным контентом (далее - ЕСМ-системы): наименования, возможности и					

					порядок работы в них
					ПК-2.6 3-31 Знает основные элементы интерфейса ЕСМ-систем
					ПК-2.6 3-32 Знает возможности и порядок поиска и просмотра документов в ЕСМ- системах
					ПК-2.6 3-33 Знает порядок загрузки документов в ЕСМ-системы

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины:

2,00 з.е., 72 ак.час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 21 ак. часов на контактную работу с преподавателем, из них 8 ак.часов на лекции и 9 ак.часов на практические занятия, 51 ак. часов на самостоятельную работу обучающихся.

Б1.В.ДЭ.02.01 Управление корпоративным контентом реализуется на 2-м семестре 1-го курса после изучения дисциплин:

- Методы анализа данных и процессов в маркетинге;
- Цифровые технологии в маркетинге.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

3.1. Структура дисциплины (модуля)

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации			
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа						
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)									
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Катгэк	Контроль	СРкр		СРэк	СР	
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ										
Тема 1.	Стратегическое планирование контента с учетом кросс-культурных факторов.		2			2						1			13	Опрос, доклады, тестирование
Тема 2.	Проектное управление и инструментарий создания контента.		2			2						1			13	Опрос, доклады, тестирование
Тема 3.	Управление знаниями и кроссплатформенная дистрибуция.		2			2						1			13	Опрос, доклады, тестирование
Тема 4	Аналитика и стратегические рекомендации на основе данных ЕСМ.		2			3						1			12	Опрос, доклады, тестирование
Промежуточная аттестация																Зачет
Итого		72	8			9						4			51	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и

(или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Катгэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Стратегическое планирование контента с учетом кросс-культурных факторов. УК-5.2, ПК-1.3.

Понятие корпоративного контента как инструмента маркетинговой деятельности. Связь контент-стратегии с результативностью организации. Основы межкультурной коммуникации в контент-маркетинге. Теории культурных измерений (Хофстеде, Холл) и их влияние на восприятие контента. Принципы учета культурных различий. Анализ коммуникационных барьеров: высококонтекстные и низкоконтекстные культуры. Локализация vs Глобализация: как адаптировать Tone of Voice, визуальный ряд и символы. Прогнозирование результатов контент-кампаний на международных рынках. Планирование KPI в условиях различной рыночной зрелости. Методы создания условий для результативности через адаптивный контент.

Тема 2. Проектное управление и инструментарий создания контента. ПК-2.3.

Понятийный аппарат управления проектами в контент-продакшене. Жизненный цикл контент-проекта, вехи, дедлайны, Workflow, диаграмма Ганта. Способы отслеживания выполнения задач. Обзор программных решений: Trello, Asana, Jira, Kaiten. Канбан-доски как основа визуализации производства контента и узких мест. Разработка новых продуктов на основе инсайтов. Методика JTBD (Jobs To Be Done) для выявления проблем клиентов. Рекомендательный фреймворк: как оформить контент-аналитику в ТЗ на новый продукт или услугу. Управление контентом в ECM-системах (корпоративный контур). Системы управления корпоративным контентом: обзорный класс систем (Directum, 1С:Документооборот, Alfresco, MS SharePoint).

Тема 3. Управление знаниями и кроссплатформенная дистрибуция. ПК-2.6, УК-5.2.

ECM-системы как единый источник достоверного контента (Single Source of Truth). Подробный обзор возможностей и порядка работы в отечественных и западных ECM-решениях. Интерфейс и навигация в ECM. Адаптация интерфейса под роль контент-менеджера, маркетолога, дизайнера. Поиск и загрузка контента. Механизмы предиктивного поиска, атрибуция и метадата. Регламенты загрузки, обработки и архивного хранения маркетинговых активов в ECM. Межкультурное взаимодействие при работе с глобальными командами. Организация доступа и правок в ECM с учетом разных часовых поясов и культурных подходов к согласованию (прямолинейность vs сохранение лица).

Тема 4. Аналитика и стратегические рекомендации на основе

данных ЕСМ. ПК-1.3, ПК-2.4.

Извлечение данных из ЕСМ для маркетинговой аналитики. Построение отчетов по использованию контент-единиц для прогнозирования эффективности. Анализ поведения пользователей контента в разных культурах через цифровой след. Карта тепловых зон и скроллинга: как национальные особенности влияют на потребление видео и текста. Формирование рекомендаций по разработке новых контент-продуктов. Как данные о востребованности документов и статей внутри ЕСМ подсказывают, какой продукт сейчас актуален. Цепочка: данные поиска в ЕСМ -> гипотеза -> прототип продукта. Итоговое планирование маркетинговой результативности. Создание условий для непрерывного совершенствования контента через цикл PDCA на основе данных ЕСМ.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.ДЭ.02.01 Управление корпоративным контентом входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная

последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г). 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр

		<p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>
<p>Задание открытого типа с развернутым ответом</p>	<p>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ</p>	<p>1. Внимательно прочитайте текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>Ответ считается верным:</p> <p>1. Отсутствие фактических ошибок.</p> <p>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</p> <p>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</p> <p>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</p>

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС Донецкого филиала РАНХиГС.

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
90-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
80-89	Хорошо		B	P/ Passed
75-79			C	P/ Passed
70-74			D	P/ Passed
60-69	Удовлетворительно		E	P/ Passed
0-59	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка (ст.1+ст.2/2)	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию (ст.1+ст.2/2)
1	2	3	4
100 баллов	100 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДЭ.02.01 Управление корпоративным контентом используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

доклад, опрос, тестирование, контрольное задание(практическая ситуация).

Распределение баллов по видам учебной деятельности (БРС)

Раздел/Темы	Формы текущего контроля					КТ
	УО	ТЗ	КЗ	Д	Эссе	
Тема 1	5	4	7	4		10
Тема 2	5	4	7	4		
Тема 3	5	4	7	4		10
Тема 4	5	4	7	4		

Итого: 100б	20	16	28	16		20
-------------	----	----	----	----	--	----

УО – устный опрос;

ТЗ – тестовое задание;

КЗ – контрольные задания (практические ситуации);

ПЗ – практическое занятие;

Д – доклад;

КТ – контрольная точка.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема 1. Стратегическое планирование контента с учетом кросс-культурных факторов

Примерные вопросы для опроса:

1. Какие культурные измерения Г. Хофстеде наиболее важны при адаптации визуального контента?

2. Чем отличается высококонтекстная культура от низкоконтекстной в корпоративном контенте?

3. Какие принципы учета культурных различий применяются при переводе слоганов?

4. Каким образом можно прогнозировать результаты контент-кампании на новом рынке с иными культурными ценностями?

5. Как Tone of Voice должен меняться для аудиторий с высокой и низкой дистанцией власти?

Критерии оценивания устного опроса приведены в разделе 7.

Доклад:

Подготовка докладов с визуализацией(презентация) и обсуждением.

Тематика докладов:

1. Влияние культурных измерений Хофстеде на контент-стратегии глобальных брендов (на примере Coca-Cola и McDonald's).

2. Локализация визуального контента: анализ ошибок с цветовыми решениями и символикой.

3. Методы прогнозирования результативности кросс-культурных контент-кампаний.

4. Особенности построения доверия через контент в высококонтекстных культурах Азии.

5. Применение модели Холла (монохронные и полихронные культуры) в тайминге публикаций и дедлайнах.

Методические рекомендации по подготовке доклада и критерии его оценивания приведены в разделе 7.

Примерные тестовые задания с инструкцией по выполнению:

Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. Какое культурное измерение по Хофстеде отражает степень принятия неравномерного распределения власти?

- а) Индивидуализм/коллективизм
- б) Дистанция власти
- в) Избегание неопределенности
- г) Маскулинность/феминность

2. В какой культуре рекламный контент должен содержать явные и детальные инструкции и факты?

- а) Высококонтекстной
- б) Низкоконтекстной
- в) Коллективистской
- г) Феминной

3. При адаптации корпоративного контента для японского рынка следует учитывать:

- а) Предпочтение прямых агрессивных призывов
- б) Важность гармонии и уважения (кейго)
- в) Отсутствие необходимости в переводе
- г) Использование только английского языка

4. Какой метод прогнозирования результатов контент-кампании наиболее адекватен при выходе на новый культурный рынок?

- а) Экстраполяция данных с домашнего рынка
- б) Экспертные оценки с участием локальных специалистов
- в) Полное игнорирование культурных различий
- г) Ориентация только на глобальные тренды

5. Что из перечисленного является примером нарушения принципов межкультурной коммуникации в контенте?

- а) Использование местных идиом
- б) Изображение рукопожатия левой рукой в ближневосточных культурах
- в) Перевод слогана с сохранением смысла
- г) Учет национальных праздников

Критерии оценивания тестовых заданий приведены в разделе 7.

Примерные контрольные задания.

1. Ситуация: Бренд запускает серию постов в LinkedIn для Германии и Саудовской Аравии. Как адаптировать контент?
2. Ситуация: Бренд косметики планирует ролик для Юго-Восточной Азии с европейскими моделями. Почему это риск и как исправить?
3. Ситуация: При переводе слогана «Feel the power» на испанский для Мексики возникла двусмысленность. Опишите превентивные шаги.
4. Ситуация: Прогноз лидов от вебинара на арабском языке сделан по конверсии английского. В чем ошибка?
5. Ситуация: Разработка push-уведомлений для фитнес-приложения в Японии. Какие культурные аспекты учесть?

Критерии оценивания контрольных заданий приведены в разделе 7.

Тема 2. Проектное управление и инструментарий создания контента

Примерные вопросы для опроса:

1. Что такое диаграмма Ганта и как она применяется в контент-проектах?
2. Какие статусы задач обычно используются на Канбан-доске?
3. Что такое ЕСМ-система и какие функции она выполняет для маркетинга?
4. Как методика JTBD помогает дать рекомендации по разработке новых продуктов на основе контента?
5. Назовите примеры программ для отслеживания задач проекта.

Критерии оценивания устного опроса приведены в разделе 7.

Доклад:

Подготовка докладов с визуализацией(презентация) и обсуждением.

Тематика докладов:

1. Сравнительный анализ Trello и Jira для управления контент-командой.
2. Внедрение ЕСМ-системы (на примере Directum) для управления маркетинговыми материалами.
3. Применение метода JTBD для генерации идей новых продуктов на основе пользовательского контента.
4. Диаграмма Ганта в планировании запуска международной контент-кампании.
5. Agile-маркетинг: адаптация Канбан и Scrum в создании корпоративного контента.

Методические рекомендации по подготовке доклада и критерии его

оценивания приведены в разделе 7.

Примерные тестовые задания с инструкцией по выполнению:

Внимательно прочитайте текст задания и поймите, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. Какой инструмент НЕ относится к системам управления проектами?

- а) Trello
- б) Jira
- в) Photoshop
- г) Asana

2. ECM-система Directum относится к классу:

- а) Систем управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)
- б) Систем управления корпоративным контентом
- в) Систем бухгалтерского учета
- г) Платформ для вебинаров

3. Статус задачи «В работе» на Канбан-доске означает:

- а) Задача завершена
- б) Задача находится в процессе выполнения
- в) Задача только добавлена в очередь
- г) Задача требует проверки

4. Что из перечисленного является элементом понятийного аппарата управления проектами?

- а) Маржинальность
- б) Веха (Milestone)
- в) Конверсия
- г) Атрибуция

5. Какая методика позволяет сформулировать рекомендации по новому продукту на основе проблем клиентов, выявленных в контенте?

- а) SWOT-анализ
- б) PEST-анализ
- в) Jobs To Be Done (JTBD)
- г) ABC-анализ

Критерии оценивания тестовых заданий приведены в разделе 7.

Примерные контрольные задания.

1. Ситуация: Спланируйте производство серии статей для блога. Постройте диаграмму Ганта с этапами.
2. Ситуация: Команда теряет версии баннеров. Какую систему внедрить и как она решит проблему?
3. Ситуация: На основе частых вопросов пользователей «как заказать без глютена» и «нет фильтра меню» дайте рекомендацию по новому продукту для сервиса доставки.
4. Ситуация: Опишите Канбан-доску для создания видеоролика (колонки).
5. Ситуация: Вас просят выбрать ECM-систему для хранения бренд-бука. Какие критерии важны?

Критерии оценивания контрольных заданий приведены в разделе 7.

Тема 3. Управление знаниями и кроссплатформенная дистрибуция Примерные вопросы для опроса:

1. Что означает принцип «Single Source of Truth» в контексте ECM?
2. Какие основные элементы интерфейса типичной ECM-системы вы знаете?
3. Какие метаданные важны при загрузке маркетингового контента в ECM?
4. Каким образом ECM-система облегчает межкультурное взаимодействие распределенных команд?
5. Опишите порядок поиска и просмотра документа в ECM-системе.

Критерии оценивания устного опроса приведены в разделе 7.

Доклад:

Подготовка докладов с визуализацией(презентация) и обсуждением.

Тематика докладов:

1. Сравнение ECM-систем: SharePoint vs Directum для задач маркетинга.
2. Управление многоязычным контентом в ECM: вызовы и лучшие практики.
3. Роль метаданных в поиске маркетинговых активов: разработка таксономии.
4. Юзабилити интерфейса ECM-систем для контент-менеджеров.
5. Кросс-культурные аспекты совместной работы в ECM: преодоление барьеров.

Методические рекомендации по подготовке доклада и критерии его оценивания приведены в разделе 7.

Примерные тестовые задания с инструкцией по выполнению:

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа

ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. Single Source of Truth в ЕСМ-системе означает:

- а) Наличие нескольких копий документа у сотрудников
- б) Единый достоверный источник контента для всех пользователей
- в) Отсутствие резервного копирования
- г) Ручное управление версиями

2. Что является основным элементом интерфейса ЕСМ-системы?

- а) Лента новостей
- б) Строка поиска с возможностью фильтрации
- в) Встроенный графический редактор
- г) Мессенджер

3. При загрузке документа в ЕСМ-систему необходимо указать:

- а) Только название файла
- б) Метаданные (автор, ключевые слова, срок действия)
- в) Сложный код подтверждения
- г) Пароль администратора

4. Какой инструмент ЕСМ-системы позволяет быстро найти утвержденный логотип компании?

- а) Ручной перебор папок
- б) Поиск по метаданным (тип: логотип, статус: утвержден)
- в) Запрос у дизайнера по email
- г) Звонок в IT-отдел

5. Какая функция ЕСМ критически важна для команд из разных стран?

- а) Локальное хранение на сервере в офисе
- б) Многоязычный интерфейс и мультязычный поиск
- в) Отсутствие разграничения прав
- г) Сложная система логирования

Критерии оценивания тестовых заданий приведены в разделе 7.

Примерные контрольные задания.

1. Ситуация: Сотрудник в Китае не может найти презентацию на китайском языке. Опишите его действия в ЕСМ.

2. Ситуация: При загрузке нового видео забыли указать срок действия прав. Как исправить и чем это грозит?

3. Ситуация: Менеджер из Франции хочет предложить идею для глобальной кампании асинхронно. Как ЕСМ помогает?

4. Ситуация: Пользователь не знает точного названия документа. Какие возможности поиска ЕСМ ему помогут?

5. Ситуация: Нужно загрузить новую версию руководства по стилю на трех языках. Опишите порядок загрузки.

Тема 4. Аналитика и стратегические рекомендации на основе данных ЕСМ

Примерные вопросы для опроса:

1. Какие показатели использования контента в ЕСМ свидетельствуют о его востребованности?

2. Как анализ поисковых запросов в ЕСМ помогает прогнозировать востребованность нового продукта?

3. Что такое цикл PDCA применительно к контенту?

4. Каким образом можно оценить влияние контента на маркетинговую результативность через ЕСМ?

5. Как данные ЕСМ помогают в принятии решения о создании нового продукта, решающего проблемы клиентов?

Критерии оценивания устного опроса приведены в разделе 7.

Доклад:

Подготовка докладов с визуализацией(презентация) и обсуждением.

Тематика докладов:

1. Построение системы аналитики контента на основе ЕСМ: метрики и дашборды.

2. Прогнозирование маркетинговых результатов через корреляцию использования контента и конверсии.

3. Использование данных ЕСМ для формирования рекомендаций по новым продуктам в сфере EdTech.

4. Цикл PDCA в управлении качеством корпоративного контента.

5. Связь поискового поведения в ЕСМ и выявления скрытых потребностей клиентов.

Методические рекомендации по подготовке доклада и критерии его оценивания приведены в разделе 7.

Примерные тестовые задания с инструкцией по выполнению:

Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.

Выбрать один верный ответ.

Записать только букву выбранного варианта ответа.

1. Какой показатель напрямую указывает на востребованность white paper в ЕСМ?

- а) Размер файла
- б) Количество загрузок
- в) Дата загрузки
- г) Название компании

2. Цикл PDCA расшифровывается как:

- а) Plan – Do – Check – Act
- б) Predict – Design – Correct – Apply
- в) Publish – Delete – Create – Archive
- г) Product – Distribution – Content – Analytics

3. Если в ЕСМ много запросов по теме «интеграция с CRM», но документа нет, это сигнал для:

- а) Игнорирования
- б) Создания обучающего контента или продукта, решающего эту проблему
- в) Удаления подобных запросов
- г) Снижения активности

4. Какая компетенция отражает умение давать рекомендации по новым продуктам на основе контент-аналитики?

- а) Знание ЕСМ-систем
- б) Умение настраивать таргетинг
- в) Выявление проблем клиентов и формулирование решений
- г) Написание продающих текстов

5. Для прогнозирования результатов маркетинга на основе данных ЕСМ используют:

- а) Только интуицию
- б) Анализ трендов использования контента и корреляцию с продажами
- в) Только данные прошлого года
- г) Опросы друзей

Критерии оценивания тестовых заданий приведены в разделе 7.

Примерные контрольные задания.

1. Ситуация: В ЕСМ резко выросло число скачиваний инструкции к насосу из Бразилии. Ваши действия?

2. Ситуация: Менеджеры часто ищут «шаблон КП для малого бизнеса», но его нет. Сформулируйте рекомендацию по новому продукту.

3. Ситуация: Спрогнозируйте скачивания нового отчета трендов на основе данных ЕСМ.

4. Ситуация: В ЕСМ много устаревших версий и дубликатов.

Примените цикл PDCA.

5. Ситуация: Команда продаж просит контент по новому продукту, но востребованность под вопросом. Как данные ЕСМ помогут?

5.3 Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 10 (десять) баллов.

Наименование контрольной знаний по разделу	Максимальное количество баллов за работу в рамках КЗР, которое может набрать студент
КЗР 1	10
КЗР 2	10
Итого:	20

Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Темы 1-2

1. Открытые теоретические вопросы

1. Раскройте понятие «культурные измерения» и объясните, как параметр «избежание неопределённости» влияет на форму и содержание корпоративного контента. Приведите пример адаптации контента для рынков с высоким и низким избеганием неопределённости.

2. Охарактеризуйте сущность ЕСМ-систем как класса программного обеспечения. Какие бизнес-задачи маркетинга и бренд-менеджмента они способны решать?

3. Дайте определение понятия «веха (milestone)» в управлении проектами. Как использование вех повышает прогнозируемость и результативность контент-проекта?

2. Тестовый вопрос с обоснованием ответа

При запуске контент-кампании в Саудовской Аравии использовали креатив, где девушка в открытой одежде призывает «бросить вызов рутине». Кампания вызвала негатив. Какая фундаментальная ошибка межкультурной коммуникации была допущена? Выберите наиболее точный вариант и

обоснуйте его.

а) Неправильно выбран канал доставки контента

б) Проиригнорированы локальные культурные нормы и высокая дистанция власти в визуальных образах

в) Слоган не переведён на арабский язык

г) Не проведён анализ ключевых слов

Требование: укажите правильный ответ и дайте развёрнутое обоснование, опираясь на знание основ межкультурной коммуникации.

3. Тестовый вопрос на установление последовательности

Расставьте в правильной логической последовательности этапы внедрения ЕСМ-системы для управления корпоративным контентом в маркетинговом департаменте.

А) Загрузка существующих маркетинговых активов с указанием метаданных

Б) Определение требований к функционалу, ролям и структуре хранилища

В) Обучение сотрудников работе с интерфейсом и поиском документов

Г) Формирование политики прав доступа и регламентов обновления контента

Требование: запишите верную последовательность букв и кратко поясните логику.

4. Практическая ситуация

Международная компания по производству спортивного питания готовит запуск линейки протеиновых батончиков в Малайзии и Германии. Вам поручено разработать контент-план для Instagram и локальных блогов. Учитывая, что Малайзия относится к коллективистским и высококонтекстным культурам, а Германия — к индивидуалистским и низкоконтекстным, предложите:

- различия в визуальном ряде и образах для каждой страны;

- особенности тональности текстов;

- ключевые метрики, по которым вы будете прогнозировать результативность контента на каждом рынке.

Обоснуйте свои предложения с точки зрения прогнозирования результатов маркетинговой деятельности и применения методов межкультурного взаимодействия.

Темы 3–4

1. Открытые теоретические вопросы

1. Опишите основные элементы интерфейса ЕСМ-системы, которые обеспечивают эффективную навигацию и поиск маркетинговых активов. Каким образом интерфейс влияет на скорость адаптации контента для различных рынков?

2. Сформулируйте порядок загрузки и атрибутирования документов в ЕСМ-систему для обеспечения их дальнейшей легкой находимости. Почему корректное заполнение метаданных является критичным для кроссплатформенной дистрибуции?

3. Каким образом анализ поисковых запросов и статистики использования контента в ЕСМ-системе может стать основой для разработки рекомендаций по созданию новых продуктов, решающих проблемы клиентов? Приведите пример.

2. Тестовый вопрос с обоснованием ответа

Аналитика ЕСМ-системы показала, что документ «Техническое руководство по API» за месяц скачан 3 раза, а «Презентация для партнёров» — 120 раз. На основе этих данных руководитель принимает решение прекратить обновление технического руководства, так как оно не востребовано. Верно ли это решение с точки зрения маркетинговой результативности? Выберите правильный вариант и обоснуйте.

а) Решение верно, так как количество скачиваний напрямую отражает ценность контента

б) Решение неверно, так как техническая документация может обслуживать узкий, но критически важный сегмент клиентов, принимающих решение о покупке

в) Решение верно, ресурсы нужно перебрасывать на высоковостребованные форматы

г) Решение неверно, нужно сначала провести опрос скачавших

Требование: укажите правильный ответ и приведите аргументы, используя знания о связи контента с прогнозированием результатов деятельности и разработке новых продуктов

3. Тестовый вопрос на установление последовательности

Установите правильную последовательность действий при загрузке в ЕСМ-систему нового многоязычного видеоинструкции, которая должна быть

доступна для подрядчиков из Японии, Франции и Бразилии.

А) Добавление метаданных на трёх языках и указание срока действия прав

Б) Открытие доступа для соответствующих региональных групп пользователей

В) Загрузка видеофайла в соответствующую категорию ЕСМ-системы

Г) Проверка отображения субтитров и корректности поиска по ключевым словам

Требование: запишите верную последовательность и кратко поясните, почему важен именно такой порядок с точки зрения функционирования ЕСМ и межкультурного взаимодействия.

4. Практическая ситуация

Вы — руководитель отдела контент-маркетинга в компании, выпускающей SaaS-продукт для управления проектами. Аналитика ЕСМ показала, что за последний квартал резко выросло количество поисковых запросов «интеграция с 1С:Документооборот» и «как выгрузить отчёт в Excel», но результатов по этим запросам в системе нет. Одновременно зафиксировано падение конверсии из пробной версии в платную. На основе этих данных:

1. Проведите анализ ситуации и выявите скрытые потребности клиентов.

2. Сформулируйте конкретную рекомендацию по разработке нового продукта или значительному улучшению текущего.

3. Определите, какие метаданные и структуру папок нужно создать в ЕСМ, чтобы подобные пробелы в будущем оперативно выявлялись.

Критерии оценивания КТ:

Баллы	Описание критерия
10	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
9-6	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
5-3	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
2-0	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения заданий контрольных точек обучающемуся разрешается использование калькулятора.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация (зачет) проводится в письменной форме. Обучающийся получает экзаменационный билет, содержащий два теоретических вопроса и одну задачу. Обучающийся получает чистые маркированные листы бумаги для записей решения задач, затем приступает к решению. Необходимо дать ответ в письменном виде, подробно изложив ход решения, при необходимости завершить решение выводами.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Тема 1. Стратегическое планирование контента с учётом кросс-культурных факторов (УК-5.2 З-1, У-5.2 У-1, ПК-1.3 У-2)

Теоретические вопросы

1. Дайте определение межкультурной коммуникации в контексте управления корпоративным контентом.

2. Перечислите и кратко охарактеризуйте основные культурные измерения модели Г. Хофстеде, значимые для контент-стратегии.

3. В чём различие между высококонтекстными и низкоконтекстными культурами (по Э. Холлу) и как это различие влияет на подачу контента?

4. Какие принципы учёта культурных различий необходимо соблюдать при создании визуального ряда корпоративного контента? Приведите примеры.

5. Что такое «транскреация» в отличие от дословного перевода, и в каких ситуациях она необходима для адаптации контента?

6. Каким образом параметр «дистанция власти» определяет выбор тональности (Tone of Voice) и коммуникативных приёмов в корпоративных материалах?

7. Как прогнозировать результаты контент-кампании на новом культурном рынке? Перечислите основные методы прогнозирования.

8. Объясните, как корпоративный контент может выступать стратегическим активом бренда в международном масштабе.

9. Какие маркетинговые метрики следует закладывать при планировании результативной контент-деятельности для глобальной и локальной аудиторий?

10. Охарактеризуйте понятие «стратегический разрыв» в восприятии бренда и способы его преодоления с помощью кросс-культурно адаптированного контента.

Практическая ситуация

Исходные данные: Международная сеть кофеен планирует выход в Японию и Бразилию. Для запуска разработан глобальный слоган «Wake up your wild side» и имиджевый ролик с динамичным монтажом, громкой музыкой и прямыми призывами. В Японии первая реакция фокус-группы — сдержанное недоумение, в Бразилии ролик воспринят позитивно, но слоган вызвал ассоциации с агрессивным поведением.

Задания:

1. Проанализируйте допущенные ошибки с опорой на культурные измерения Хофстеде и Холла.
2. Предложите адаптированные варианты слогана и визуального решения для японского рынка, обосновав каждое изменение.
3. Определите перечень метрик, по которым вы будете прогнозировать результативность локальных контент-кампаний, и поясните, как учтёте культурную специфику.

Тема 2. Проектное управление и инструментарий создания контента

(ПК-2.4 З-9, З-10, У-13; ПК-2.3 З-30)

Теоретические вопросы

1. Раскройте понятийный аппарат управления проектами применительно к контент-продакшену: проект, веха, критический путь, жизненный цикл.
2. Что такое диаграмма Ганта и какую роль она играет в планировании и прогнозировании результативности контент-кампаний?
3. Какие способы отслеживания выполнения задач проекта вы знаете? Дайте краткую характеристику не менее трёх программных средств (например, Trello, Jira, Asana).
4. Для каких целей маркетинга и бренд-менеджмента используются ЕСМ-системы? Приведите примеры функционала.
5. Назовите известные вам ЕСМ-системы (не менее трёх), их ключевые возможности и сферу применения в управлении корпоративным контентом.
6. Что представляет собой методология JTBD (Jobs To Be Done) и как она позволяет выявлять проблемы клиентов для последующей разработки рекомендаций по новым продуктам?
7. Каким образом результаты анализа контента в ЕСМ-системе (поиски, вопросы) могут быть трансформированы в рекомендации по созданию новых продуктов или услуг?
8. Сравните классический каскадный подход и гибкие методологии

управления (Agile/Канбан) в контексте контент-производства.

9. Каковы основные роли участников контент-проекта и их зоны ответственности с точки зрения проектного менеджмента?

10. Поясните связь между отслеживанием задач в программах управления проектами и созданием условий для результативной маркетинговой деятельности организации.

Практическая ситуация

Исходные данные: Компания, производящая оборудование для автоматизации складов, готовит выпуск серии обучающих видео и технических инструкций для нового продукта. В команде: product-менеджер (Германия), инженер-разработчик (Китай), копирайтер (Россия), видеопродюсер (на аутсорсе). Срок — два месяца. Предыдущие попытки собрать документацию затягивались из-за хаотичного обмена файлами по почте.

Задания:

1. Предложите структуру проекта в виде диаграммы Ганта с указанием ключевых вех.

2. Обоснуйте выбор конкретной ЕСМ-системы (из числа изученных) для хранения исходных материалов и согласования версий.

3. Сформулируйте не менее двух рекомендаций по новым продуктам или дополнительным сервисам, которые можно выявить в процессе создания контента на основе анализа вопросов клиентов и поисковых запросов.

Тема 3. Управление знаниями и кроссплатформенная дистрибуция (ПК-2.6 З-30, З-31, З-32, З-33; УК-5.2 У-1)

Теоретические вопросы

1. Раскройте понятие «Single Source of Truth» и объясните, как ЕСМ-системы обеспечивают этот принцип в распределённых командах.

2. Опишите основные элементы интерфейса типичной ЕСМ-системы, необходимые для ежедневной работы контент-менеджера.

3. Каков порядок поиска документов в ЕСМ-системе? Какие фильтры и инструменты позволяют быстро найти нужный контент?

4. Сформулируйте регламент загрузки нового документа в ЕСМ-систему, включая обязательные метаданные. Почему корректное заполнение метаданных критически важно для дальнейшей дистрибуции?

5. Какие метаданные следует указывать при загрузке многоязычных маркетинговых материалов, чтобы обеспечить удобный поиск в разных странах?

6. В чём суть модели COPE (Create Once, Publish Everywhere) и как ЕСМ-система поддерживает её реализацию?

7. Каким образом ЕСМ-система облегчает межкультурное взаимодействие сотрудников из разных стран при совместной работе над

контентом?

8. Опишите возможности ЕСМ-систем по управлению версиями документов и правами доступа. Как это повышает качество корпоративного контента?

9. Перечислите ключевые отличия Headless CMS от традиционных систем управления контентом в контексте кроссплатформенной публикации.

10. Какие принципы организации таксономии и структуры папок в ЕСМ способствуют эффективному хранению и поиску маркетинговых активов в глобальной компании?

Практическая ситуация

Исходные данные: Крупный производитель бытовой техники внедрил ЕСМ-систему, однако региональные офисы продолжают использовать собственные облачные хранилища и мессенджеры. При подготовке общеевропейской промо-кампании выяснилось, что итальянский офис использовал старую версию логотипа, а польская команда не нашла утверждённое изображение продукта и сверстала макет самостоятельно.

Задания:

1. Разработайте пошаговый регламент загрузки и поиска маркетинговых материалов в ЕСМ, который исключит повторение подобных ситуаций. Особое внимание уделите метаданным и языковым тегам.

2. Опишите, какие элементы интерфейса ЕСМ и какие фильтры должны быть задействованы польской командой для быстрого нахождения нужного изображения.

3. Предложите способы мотивации региональных офисов к переходу на единую ЕСМ-систему, учитывая культурные особенности Италии и Польши (дистанция власти, индивидуализм).

Тема 4. Аналитика и стратегические рекомендации на основе данных ЕСМ

(ПК-1.3 У-2; ПК-2.4 У-13)

Теоретические вопросы

1. Опишите пирамиду метрик эффективности контента: какие группы показателей выделяют и что они измеряют.

2. По каким показателям в ЕСМ-системе можно судить о востребованности конкретного маркетингового актива?

3. Каким образом анализ поисковых запросов в ЕСМ помогает выявить неудовлетворённые потребности клиентов?

4. Объясните, как данные ЕСМ могут быть использованы для прогнозирования результатов маркетинговой деятельности организации.

5. Что такое цикл PDCA применительно к непрерывному улучшению качества корпоративного контента? Опишите каждый этап.

6. Какие методы атрибуции контента вы знаете, и почему модель

«последнего клика» не всегда адекватна для оценки вклада стратегического контента?

7. Как построить отчётность в ЕСМ для обоснования рекомендаций по разработке нового продукта или услуги? Приведите пример.

8. Какие корреляции между использованием контента и бизнес-показателями (конверсия, средний чек) могут служить основанием для принятия стратегических маркетинговых решений?

9. Каким образом мониторинг отсутствующих результатов поиска в ЕСМ помогает сформулировать предложения по улучшению товарной политики или созданию новых продуктов?

10. Охарактеризуйте будущие тренды в аналитике контента: какие возможности открывает искусственный интеллект и предиктивная аналитика для управления корпоративным контентом?

Практическая ситуация

Исходные данные: В ЕСМ-системе облачного сервиса управления проектами зафиксирован устойчивый рост запросов «отчёт по трудозатратам в PDF», «экспорт диаграммы Ганта в PowerPoint», «как защитить проект паролем». При этом ни одного документа с ответами на эти запросы в системе нет. Конкуренты уже анонсировали «защищённые проекты». Конверсия в платный тариф снизилась на 7 % за квартал.

Задания:

1. Проведите анализ ситуации: выявите скрытые потребности клиентов и обоснуйте их связь со снижением конверсии.

2. Сформулируйте конкретную рекомендацию по разработке нового продукта (функции) или пакетному пересмотру текущего предложения, которая решит выявленные проблемы.

3. Предложите систему метрик и отчётности в ЕСМ, позволяющую оперативно выявлять подобные контентные и продуктовые пробелы и прогнозировать их влияние на бизнес-результаты.

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок	90-100
Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные	75-89

<p>посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</p>	
<p>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</p>	60-74
<p>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</p>	1-59

6.4. Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Критерии оценивания опроса:

Балы	Описание критерия
5	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
4-3	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
2-1	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении

	излагаемого.
0	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

0 - в журнал академической группы не выставляется

Методические рекомендации по подготовке доклада.

Подготовка доклада способствует формированию навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить. При написании доклада по заданной теме составляется план, подбираются основные источники. В процессе работы с источниками, систематизируют полученные сведения, делают выводы и обобщения.

Подготовка доклада требует от обучающегося большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы, которая принесет наибольшую пользу, если будет включать с себя следующие этапы: изучение наиболее важных научных работ по данной теме, перечень которых дает сам преподаватель; анализ изученного материала, выделение наиболее значимых для раскрытия темы фактов, мнений разных ученых и научных положений; обобщение и логическое построение материала доклада, например, в форме развернутого плана; написание текста доклада с соблюдением требований научного стиля.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем, дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы и т. п.

Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	1	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	1	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	1	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	0,5	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	0,5	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	4	

Критерии оценивания закрытых тестовых заданий:

Балы	Описание критерия	
4	Свыше 80% правильных ответов.	Обучающийся демонстрирует глубокое познание в освоенном материале.
3	Свыше 70% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен полностью, без существенных ошибок.
2	Свыше 50% правильных ответов.	Обучающимся материал освоен не полностью, имеются значительные пробелы в знаниях.
0-1	Менее 50% правильных ответов.	Обучающимся материал не освоен, знания обучающегося ниже базового уровня.

0 - в журнал академической группы не выставляется

Критерии оценивания контрольных заданий (практических ситуаций):

Балы	Описание критерия
7	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
6-4	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
3-2	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-1	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено не верно.

0* - в журнал академической группы не выставляется

Подготовка к лекциям.

Главное в период подготовки к лекционным занятиям – научиться методам самостоятельного умственного труда, сознательно развивать свои творческие способности и овладевать навыками творческой работы. Для этого необходимо строго соблюдать дисциплину учебы и поведения. Четкое планирование своего рабочего времени и отдыха является необходимым условием для успешной самостоятельной работы. В основу его нужно положить рабочие программы изучаемых в семестре дисциплин. Каждому обучающемуся следует составлять еженедельный и семестровый планы работы, а также план на каждый рабочий день. С вечера всегда надо распределять работу на завтрашний день. В конце каждого дня целесообразно подводить итог работы: тщательно проверить, все ли выполнено по намеченному плану, не было ли каких-либо отступлений, а если были, по какой причине это произошло. Нужно осуществлять самоконтроль, который является необходимым условием успешной учебы. Если что-то осталось невыполненным, необходимо изыскать время для завершения этой части работы, не уменьшая объема недельного плана.

Самостоятельная работа на лекции.

Слушание и запись лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы. Внимательное слушание и конспектирование лекций предполагает

интенсивную умственную деятельность обучающегося. Краткие записи лекций, их конспектирование помогает усвоить учебный материал. Конспект является полезным тогда, когда записано самое существенное, основное и сделано это самим обучающимся. Не надо стремиться записать дословно всю лекцию. Такое «конспектирование» приносит больше вреда, чем пользы. Запись лекций рекомендуется вести по возможности собственными формулировками. Желательно запись осуществлять на одной странице, а следующую оставлять для проработки учебного материала самостоятельно в домашних условиях. Конспект лекции лучше подразделять на пункты, параграфы, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать пункты плана лекции, предложенные преподавателям. Принципиальные места, определения, формулы и другое следует сопровождать замечаниями «важно», «особо важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек. Лучше если они будут собственными, чтобы не приходилось просить их у однокурсников и тем самым не отвлекать их во время лекции. Целесообразно разработать собственную «маркографию» (значки, символы), сокращения слов. Не лишним будет и изучение основ стенографии. Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть знаниями.

Подготовка к практическим занятиям.

Подготовку к каждому практическому занятию каждый обучающийся должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада по проблеме практического занятия и по возможности подготовить по нему презентацию. Если программой дисциплины предусмотрено выполнение практического задания, то его необходимо выполнить с учетом предложенной инструкции (устно или письменно). Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности обучающегося свободно ответить на теоретические вопросы практического занятия, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ.

Структура практического занятия:

В зависимости от содержания и количества отведенного времени на

изучение каждой темы практическое занятие может состоять из четырех-пяти частей:

1. Обсуждение теоретических вопросов, определенных программой дисциплины.
2. Доклад и/ или выступление с презентациями по проблеме практического занятия.
3. Обсуждение выступлений по теме – дискуссия.
4. Выполнение практического задания с последующим разбором полученных результатов или обсуждение практического задания, выполненного дома, если это предусмотрено программой.
5. Подведение итогов занятия.

Первая часть – обсуждение теоретических вопросов - проводится в виде фронтальной беседы со всей группой и включает выборочную проверку преподавателем теоретических знаний обучающихся. Примерная продолжительность — до 15 минут. Вторая часть — выступление обучающихся с докладами, которые должны сопровождаться презентациями с целью усиления наглядности восприятия, по одному из вопросов практического занятия. Обязательный элемент доклада – представление и анализ статистических данных, обоснование социальных последствий любого экономического факта, явления или процесса. Примерная продолжительность — 20-25 минут. После докладов следует их обсуждение – дискуссия. В ходе этого этапа практического занятия могут быть заданы уточняющие вопросы к докладчикам. Примерная продолжительность – до 15-20 минут. Если программой предусмотрено выполнение практического задания в рамках конкретной темы, то преподавателями определяется его содержание и дается время на его выполнение, а затем идет обсуждение результатов. Если практическое задание должно было быть выполнено дома, то на практическом занятии преподаватель проверяет его выполнение (устно или письменно). Примерная продолжительность – 15-20 минут. Подведением итогов заканчивается практическое занятие. Обучающимся должны быть объявлены оценки за работу и даны их четкие обоснования. Примерная продолжительность — 5 минут.

Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов

способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Головлева, Е. Л. Корпоративные коммуникации: история и современность : учебник / Е. Л. Головлева. — Москва : МосГУ, 2021. — 190 с. — ISBN 978-5-907410-47-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/259334> (дата обращения: 26.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Головлева, Е. Л. Информационная политика и информационное поведение: тренды, стратегии, технологии : монография / Е. Л. Головлева, Р. Т. Мухаев. — Москва : МосГУ, 2015. — 108 с. — ISBN 978-5-906768-53-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/403022> (дата обращения: 26.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Социальные медиа в системе массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. В. Литвинова, Ю. В. Толстокулакова, И. В. Романова, Ю. А. Полякова. — Чита : ЗабГУ, 2022. — 130 с. — ISBN 978-5-9293-3163-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/363530> (дата обращения: 26.04.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

8.2. Дополнительная литература

1. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. проф. Ф. И. Шаркова. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 486 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093675> (дата обращения: 26.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

2. Бузин, В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 495 с. - ISBN 978-5-238-01769-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1028523> (дата обращения: 26.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

3. Катаев, А. В. Технологии маркетинга в интернет-среде : учебное

пособие / А. В. Катаев, И. А. Названова. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2024. - 148 с. – ISBN 978-5-9275-4644-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2204508> (дата обращения: 23.04.2026). – Режим доступа: по подписке.

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

Не используются

8.4. Интернет-ресурсы

<http://www.ezproxy.ranepa.ru:3561/login?url=http://www.biblio-online.ru/>
<http://www.ezproxy.ranepa.ru:3561/login?url=http://iprbookshop.ru/>
<http://www.consultant.ru/>
<http://www.biblioclub.ru/>

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Требования к аудитории:

- Лекционные занятия: учебная аудитория для проведения лекций (вместимость не менее количества обучающихся в группе) с возможностью демонстрации презентаций и нормативных документов.

- Семинарские (практические) занятия: аудитория для практических занятий, оборудованная рабочими местами для обучающихся и преподавателя, с возможностью групповой работы (в том числе в малых группах).

Помещения для самостоятельной работы: читальный зал или специализированная аудитория с доступом к сети Интернет и лицензионным электронно-библиотечным системам (ЭБС) для самостоятельной подготовки, выполнения расчётных заданий, написания докладов и рефератов. Требования к оборудованию

Требования к оборудованию:

- Доска (меловая или маркерная) – для схем, таблиц, разбора кейсов.

- Мультимедийный проектор – для демонстрации презентаций, видеоматериалов (например, ассессмент-центр, примеры интервью), нормативных документов.

- Персональный компьютер (стационарный) или ноутбук для преподавателя (или стационарный компьютер в аудитории) с характеристиками: операционная система не ниже Windows 7 (или аналогичная по функциям, например, macOS, Linux с графической оболочкой). При необходимости – ноутбук или планшет для студентов при выполнении групповых заданий (может быть предусмотрен мобильный

класс).

Требования к программному обеспечению:

- Пакет Microsoft Office (или его бесплатный аналог, например, LibreOffice) для подготовки документов, презентаций, таблиц (в том числе для построения матриц сравнения кандидатов, чек-листов, анализа воронки подбора).

- Антивирусное программное обеспечение (например, Kaspersky, Dr.Web – по наличию).

- Специализированное ПО: 1С-Битрикс24: Корпоративный портал WordPress, Pics.io, Яндекс.Документы, Mio.