

Документы  
Информация о владельце: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Самарский государственный экономический университет"  
ФИО: Кандрашина Елена Александровна  
Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»  
Дата подписания: 09.07.2026 17:15:51  
Уникальный программный ключ:  
2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГ»**

Уровень высшего образования: магистратура

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки: Бренд-менеджмент и маркетинговые коммуникации

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Год набора (приема на обучение): 2026

Срок получения образования: 2 года

Объем: в зачетных единицах: 3 з.е.  
в академических часах: 108 ак.ч.

г. Самара, 2026

**Разработчики:**

Кандидат экономических наук Карпов И. А.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент, утвержденного приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 952, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Маркетолог", утвержден приказом Минтруда России от 08.11.2023 № 790н.

**Согласование и утверждение**

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Институт маркетинга, логистики и сервиса	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Яхнеева И. В.	Рассмотрено	26.05.2026, № 10

## **1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)**

Цель освоения дисциплины - формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

Задачи изучения дисциплины:

- Изучение сущности контент маркетинга;
- Получение навыков создания контент-плана;
- Изучение критериев эффективности контент-маркетинга.

## **2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

*Компетенции, индикаторы и результаты обучения*

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

УК-5.1 Анализирует проблемы межкультурного взаимодействия

*Знать:*

УК-5.1/Зн1 Проблемы межкультурного взаимодействия

*Уметь:*

УК-5.1/Ум1 Анализировать проблемы межкультурного взаимодействия

*Владеть:*

УК-5.1/Нв1 Навыками исследования проблем межкультурного взаимодействия

УК-5.2 Учитывает разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

*Знать:*

УК-5.2/Зн1 Разнообразие и характеристики культур

*Уметь:*

УК-5.2/Ум1 Осуществлять процесс межкультурного взаимодействия

*Владеть:*

УК-5.2/Нв1 Владеет навыками учета разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия

ПК-3 Способен разрабатывать стратегии маркетинговых коммуникаций, совершенствовать комплекс инструментов коммуникаций

ПК-3.1 Разрабатывает и внедряет системы маркетинговых коммуникаций в организации

*Знать:*

ПК-3.1/Зн1 Знает перечень и характеристики маркетинговых коммуникаций

*Уметь:*

ПК-3.1/Ум1 Умеет разрабатывать системы маркетинговых коммуникаций для организации

*Владеть:*

ПК-3.1/Нв1 Навыками разработки и внедрения систем маркетинговых коммуникаций в организации

ПК-3.2 Совершенствует системы маркетинговых коммуникаций в организации

*Знать:*

ПК-3.2/Зн1 Знает характеристики систем маркетинговых коммуникаций

*Уметь:*

ПК-3.2/Ум1 Умеет выявлять не оптимальные аспекты маркетинговых коммуникаций в организации

*Владеть:*

ПК-3.2/Нв1 Владеет навыками совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации

### 3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Контент-маркетинг» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 3. В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
ПК-3 - Способен разрабатывать стратегии маркетинговых коммуникаций, совершенствовать комплекс инструментов коммуникаций		
ПК-3.1 Разрабатывает и внедряет системы маркетинговых коммуникаций в организации	Интегрированные маркетинговые коммуникации, Копирайтинг, Производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности	Интегрированные маркетинговые коммуникации, Копирайтинг, Маркетинговая аналитика, Медиапланирование, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности, Производственная практика: преддипломная, Связи с общественностью и управление репутацией
ПК-3.2 Совершенствует системы маркетинговых коммуникаций в организации	Интегрированные маркетинговые коммуникации, Копирайтинг, Производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности	Интегрированные маркетинговые коммуникации, Копирайтинг, Маркетинговая аналитика, Медиапланирование, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности, Производственная практика: преддипломная, Связи с общественностью и управление репутацией
УК-5 - Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия		
УК-5.1 Анализирует проблемы межкультурного взаимодействия	Копирайтинг, Основы бренд-менеджмента, Прикладные программные продукты в профессиональной деятельности, Производственная практика: научно-исследовательская работа, Производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности, Управление поведением потребителей	Копирайтинг, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности

УК-5.2 Учитывает разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Копирайтинг, Основы бренд-менеджмента, Прикладные программные продукты в профессиональной деятельности, Производственная практика: научно-исследовательская работа, Производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности, Управление поведением потребителей	Копирайтинг, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: практика по профилю профессиональной деятельности
--------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### 4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Практические занятия (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Третий семестр	108	3	8	8	0,15	81,85	Зачет
Всего	108	3	8	8	0,15	81,85	18

#### 5. Содержание дисциплины (модуля)

##### 5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий (часы промежуточной аттестации не указываются)

Наименование раздела, темы	Всего	Практические занятия	Самостоятельная работа
<b>Раздел 1. Понятие и сущность контент маркетинга</b>	<b>45</b>	<b>4</b>	<b>41</b>
Тема 1.1. Понятие и сущность контент маркетинга	45	4	41
<b>Раздел 2. Виды контента, контент план</b>	<b>44,85</b>	<b>4</b>	<b>40,85</b>
Тема 2.1. Виды контента, контент план	44,85	4	40,85

##### 5.2. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля/Оценочное средство
--------------	-----------------------------------



6	Что является основной целью контент маркетинга: установление долгосрочных и продуктивных отношений с аудиторией рост узнаваемости бренда и его продуктов расширение охвата аудитории рост продаж	ПК-3, УК-5
	Ответ:   установление долгосрочных и продуктивных отношений с аудиторией	
7	Как называется вид контент-маркетинга который направлен на формирование спроса, на увеличение числа покупателей заинтересованных продуктом конверсионный стимулирующий развивающий поддерживающий	ПК-3, УК-5
	Ответ:   конверсионный	
8	Как называется вид контент-маркетинга который направлен на увеличение спроса, на сопровождение потребителя по воронке продаж конверсионный стимулирующий развивающий поддерживающий	ПК-3, УК-5
	Ответ:   стимулирующий	
9	Как называется вид контент-маркетинга который направлен на увеличение охвата аудитории, на расширение воронки продаж конверсионный стимулирующий развивающий поддерживающий	ПК-3, УК-5
	Ответ:   развивающий	
10	Как называется вид контент-маркетинга который направлен на сохранение спроса за счет уточнения данных и обновления контента: конверсионный стимулирующий развивающий поддерживающий	ПК-3, УК-5
	Ответ:   поддерживающий	

### 7.1. Уровни овладения

**Компетенция: УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.**

*Индикатор достижения компетенции: УК-5.1 Анализирует проблемы межкультурного взаимодействия.*

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

*Индикатор достижения компетенции: УК-5.2 Учитывает разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия.*

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

**Компетенция: ПК-3 Способен разрабатывать стратегии маркетинговых коммуникаций, совершенствовать комплекс инструментов коммуникаций.**

*Индикатор достижения компетенции: ПК-3.1 Разрабатывает и внедряет системы маркетинговых коммуникаций в организации.*

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

*Индикатор достижения компетенции: ПК-3.2 Совершенствует системы маркетинговых коммуникаций в организации.*

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100

Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

## 8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

### 8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

#### *Основная литература*

1. Моргачева, И. Н. Контент-маркетинг: учебник для вузов / И. Н. Моргачева. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 94 с - 978-5-534-21349-2. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/590188> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

#### *Дополнительная литература*

1. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва, И. В. Воробьева, Т. А. Лезина [и др.]; Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова.. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 386 с - 978-5-534-16503-6. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/583463> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

2. Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг: учебник для вузов / Е. С. Милинчук. - Москва: Юрайт, 2026. - 216 с - 978-5-534-17395-6. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/589325> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

### 8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

#### *Профессиональные базы данных*

Не используются.

#### *Ресурсы «Интернет»*

1. <https://cyberleninka.ru/> - Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»

### 8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

#### *Перечень программного обеспечения*

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

1. Консультант Плюс;
2. МойОфис Стандартный 2.;

#### *Перечень информационно-справочных систем*

(обновление выполняется еженедельно)

1. Справочно-правовая система "Гарант-Максимум";

#### 8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СПб
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения