

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Рабочая программа дисциплины

Б1.В.17

Основы видеомаркетинга

Учебный план: _____ ФГОС3++b380302МРА-1_26-14.plx

Кафедра: 10 Менеджмента и права

Направление подготовки:
(специальность) 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки:
(специализация) Маркетинг и рыночная аналитика

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
8	УП	18	18	71,75	0,25	3	Зачет
	РПД	18	18	71,75	0,25	3	
Итого	УП	18	18	71,75	0,25	3	
	РПД	18	18	71,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 970

Составитель (и):

Кандидат экономических наук, доцент

Атрушкевич Е.Б.

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой менеджмента и права

Бескровная В.А.

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Бескровная В.А.

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области видеомаркетинга. Освоение технологий создания, редактирования и продвижения видео-контента для цифровых платформ. Развитие способностей анализировать целевую аудиторию и адаптировать видеоконтент под маркетинговые задачи.

1.2 Задачи дисциплины:

Ознакомить обучающихся с основами видеомаркетинга, ключевыми форматами видеоконтента и их ролью в digital-стратегиях.

Научить разрабатывать сценарии, планировать съемку и создавать видеоконтент, соответствующий целям бизнеса и интересам целевой аудитории.

Ознакомить с инструментами видеосъемки и монтажа, включая профессиональные и доступные программы для обработки видео.

Научить продвигать видеоконтент в социальных сетях, учитывая алгоритмы платформ и методы SEO-оптимизации.

Ознакомить с методами анализа эффективности видеороликов, ключевыми метриками и инструментами аналитики.

Научить применять полученные данные для оптимизации видеоконтента и повышения его вовлекающей способности.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-5: Способен управлять проведением работ по реализации стратегии продвижения в ИКТ Интернет
Знать: Основы создания видео-контента, включая сценарии, монтаж и продвижение.
Уметь: Создавать видео-контент, соответствующий целям стратегии и интересам аудитории.
Владеть: Навыками работы с инструментами для создания и редактирования видео

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Основы видеомаркетинга и создание контента	8				С
Тема 1. Введение в видеомаркетинг. Роль видео в digital-маркетинге. Основные форматы видеоконтента (обзоры, реклама, сторителлинг, live-видео). Тренды и перспективы развития видеомаркетинга.		3	3	10	
Тема 2. Разработка сценария и подготовка к съемке. Основы сторителлинга для видео. Структура сценария (завязка, развитие, кульминация, призыв к действию). Подготовка реквизита, локации и раскадровки.		3	3	10	
Тема 3. Основы видеосъемки. Базовые правила композиции и освещения. Выбор оборудования (камеры, микрофоны, стабилизаторы). Основные ошибки при съемке и как их избежать.		3	3	10	С
Раздел 2. Монтаж, продвижение и аналитика видеоконтента					
Тема 4. Основы видеомонтажа. Обзор программ для монтажа. Основные приемы монтажа: склейка, переходы, цветокоррекция. Добавление звука, графики и субтитров.		3	3	11	
Тема 5. Продвижение видео в социальных сетях. Алгоритмы YouTube, TikTok, VK, Rutube. SEO для видео: заголовки, описания, теги. Платная и органическая раскрутка видеоконтента.		3	3	10	
Тема 6. Анализ эффективности видеомаркетинга. Ключевые метрики (удержание аудитории, CTR, конверсии). Инструменты аналитики (YouTube Analytics, Google Analytics, соцсети). Оптимизация контента на основе данных.		3	3	20,75	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		18	18	71,75	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		36,25		71,75	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-5	Студент определяет ключевые понятия видеомаркетинга, подбирает подходящие форматы контента под маркетинговые задачи и разбирает этапы создания видео. Обосновывает выбор сценария, разбирает алгоритмы соцсетей и оценивает эффективность роликов на основе аналитики. Применяет на практике съемку и монтаж, оптимизирует видео под SEO и тестирует разные варианты контента для повышения эффективности.

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Студент демонстрирует понимание базовых принципов видеомаркетинга, способен определить подходящие форматы видеоконтента для различных маркетинговых задач и описать основные этапы создания видео. Практическая часть оценки включает умение разработать простой сценарий видеоролика, выполнить базовый монтаж с использованием доступных инструментов и предложить варианты оптимизации видео для социальных платформ.	
Не зачтено	Обучающийся не может дать определения ключевым понятиям дисциплины, не способен выделить особенности разных форматов видеоконтента или не понимает последовательности создания видео. На практическом уровне "незачет" означает неспособность создать элементарный сценарий, выполнить простейшие операции монтажа или предложить хотя бы один способ оптимизации видео для публикации.	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 8	
1	Дайте определение видеомаркетинга и назовите его ключевые задачи в digital-стратегии.
2	Перечислите основные форматы видеоконтента и приведите примеры их использования в маркетинге.
3	Каковы этапы производства видео (пре-продакшн, продакшн, пост-продакшн)? Опишите каждый из них.
4	В чем особенности алгоритмов разных видеохостингов при продвижении видео
5	Какие метрики используются для оценки эффективности видеоконтента?
6	Как разработать сценарий для рекламного ролика? Опишите структуру сторителлинга.
7	Какие инструменты монтажа вы знаете? В чем их основные отличия?
8	Как правильно подобрать ключевые слова для SEO-оптимизации видео на YouTube?
9	Назовите три распространенные ошибки при съемке видео и способы их избежать.

10	Как создать привлекательную миниатюру (thumbnail) для видео? Какие элементы должны быть включены?
11	Как провести A/B-тестирование видеоконтента? Какие параметры можно сравнивать?
12	Какие существуют способы монетизации видеоконтента в социальных сетях?
13	Как адаптировать один и тот же ролик под разные платформы
14	В чем разница между органическим и платным продвижением видео?
15	Как анализировать целевую аудиторию для создания эффективного видеоконтента?

6.3.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задание 1. Разработка сценария для рекламного видеоролика

Напишите сценарий для 30-секундного рекламного ролика продукта (на выбор: экосумка, фитнес-браслет, онлайн-курс). Используйте структуру сторителлинга (герой, проблема, решение, призыв к действию). Учитывайте целевую аудиторию и ключевое сообщение бренда.

Задание 2. Съемка и монтаж короткого видео для соцсетей

Снимите и смонтируйте вертикальное видео (до 60 сек.) для соцсети в одном из форматов: лайфхаки по теме (например, «5 способов улучшить качество видео на смартфон»); мини-интервью с одноклассником на тему «Как видео влияет на покупки».

Используйте базовые правила композиции и освещения.

Добавьте субтитры, музыку и простую графику (например, текст поверх видео).

Задание 3. Анализ успешного видео с разбором метрик

Выберите популярное видео от бренда (например, Coca-Cola, Nike, IKEA) и проанализируйте его эффективность. Определите целевую аудиторию и ключевой месседж. Разберите структуру видео (завязка, развитие, СТА). Изучите открытые метрики (просмотры, вовлеченность, комментарии) и предположите причины успеха.

Задание 4. Оптимизация видео под SEO

Возьмите готовое видео (свое или чужое) и оптимизируйте его для поиска в YouTube. Напишите SEO-заголовок и описание с ключевыми словами. Подберите теги и создайте привлекательную миниатюру (можно в Surpa). Предложите стратегию продвижения (например, через партнерские упоминания).

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☐ + Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐ +

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет выставляется при условии успешного выполнения всех практических заданий в течение семестра. Студент выбирает билет с 1 вопросом из перечня ключевых тем курса. На подготовку устного ответа на вопрос дается 15 минут. Пользоваться интернет-источниками и дополнительной литературой запрещается. Практическая часть включает защиту проекта, который включает готовый видеоролик (1-2 минуты, созданный по заданным критериям) и презентацию стратегии продвижения (5-7 слайдов): описание ЦА и платформы размещения; SEO-оптимизацию (ключевые слова, заголовок, описание); план продвижения (органические и платные методы); ожидаемые метрики эффективности.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Баженов, А. С.	Кино-, видеомонтаж	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры	2020	http://www.iprbookshop.ru/108560.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				

Рознатовская, А. Г.	Создание компьютерного видеоролика в Adobe Premiere Pro CS 2	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/97583.html
Катунин, Г. П., Абрамова, Е. С.	Основы мультимедийных технологий. Видеомонтаж в Sony Vegas Pro	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/94279.html
Катунин, Г. П., Абрамова, Е. С.	Технологии обработки видео в программе Sony Vegas Pro	Саратов: Профобразование	2021	http://www.iprbookshop.ru/108834.html

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>
 Электронная библиотека ВШТЭ СПб ГУПТД [Электронный ресурс]. URL: <http://nizrp.narod.ru>
 Электронно-библиотечная система «Айбукс» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ibooks.ru/>

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftWindows 8

MicrosoftOfficeProfessional 2013

7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду