

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан

социально-гуманитарного факультета

(наименование факультета)

И.В. Цевелева

(подпись, ФИО)

« 30 » июня 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Продвижение в интернете**

Направление подготовки	<i>42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"</i>
Направленность (профиль) образовательной программы	<i>Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии</i>
Квалификация выпускника	<i>бакалавр</i>
Год начала подготовки (по учебному плану)	<i>2021</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Технология обучения	<i>традиционная</i>

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
<i>3</i>	<i>5</i>	<i>4</i>

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
<i>Зачет с оценкой</i>	<i>Кафедра ИК - История и культурология</i>

Комсомольск-на-Амуре 2021

Разработчик рабочей программы:

Доцент, Кандидат культурологии

  
\_\_\_\_\_ Васильченко А.В

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой  
Кафедра «История и культурология»

  
\_\_\_\_\_ Петрунина Ж.В.

## 1 Общие положения

Рабочая программа дисциплины «Продвижение в интернете» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 512 от 08.06.2017, и основной профессиональной образовательной программы подготовки «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью".

Профессиональный стандарт 06.013 «Специалист по информационным ресурсам». Обобщенная трудовая функция: С. Управление (менеджмент) информационными ресурсами, ПС 06.013, ТФ 3.3.3, контроль за наполнением сайта.

Задачи дисциплины	- формирование у студентов базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления мер, связанных с рыночными отношениями в интернете; - развитие интереса к области использования рыночных отношений в деятельности, связанной с коммуникациями в интернете, - исследование рыночных процессов в интернет-медиа, стимулирование творческого подхода к работе в этой области; - формирование знаний и умений пользования современным инструментария при работе с интернет-медиа, в частности, используемого для размещения контента.
Основные разделы / темы дисциплины	Раздел 1. Интернет-рынок. Реклама в интернете. Раздел 2. Тексты, социальные медиа, видео и игры в интернете. Раздел 3. Продажи, продвижение и финансирование интернет - проектов.

## 2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины «Продвижение в интернете» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 1):

Таблица 1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<b>Универсальные</b>		
-	-	-
<b>Общепрофессиональные</b>		
-	-	-
<b>Профессиональные</b>		
ПК-2. Способен осуществлять коммуникационную	ПК-2.1. Знает особенности и технологии осуществления рекламной и PR-кампаний в сети Интернет	- Знать основные понятия интернет-продвижения, инструменты интернет-рекламы, ос-

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
кампанию в сети Интернет.	нет. ПК-2.2. Умеет самостоятельно планировать и осуществлять рекламные и PR-мероприятия в сети Интернет. ПК-2.3. Владеет навыками использования возможностей сети Интернет в целях рекламы и связей с общественностью.	новые инструменты увеличения аудитории сайта. - Уметь управлять проектами в Интернете, создавать прототип сайта для проекта, подбирать контент, проводить рекламные и PR-кампании в среде Интернет. - Владеть навыками осуществления выбора модели продвижения проекта в Интернете, навыками подготовки кампании медийной и контекстной рекламы.

### 3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Продвижение в интернете» изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Дисциплина входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.02.01.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения, навыки и (или) опыт практической деятельности, сформированные в процессе изучения дисциплин / практик: «Технологии рекламы», «Дизайн в рекламе и связях с общественностью», «Технологии связей с общественностью», «Современные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Аудиовизуальные технологии в рекламе и связях с общественностью» // «Информационные системы и технологии в рекламной деятельности», Учебная практика (профессионально-ознакомительная).

Знания, умения и навыки, сформированные при изучении дисциплины «Продвижение в интернете», будут востребованы при изучении последующих дисциплин / практик: Производственная практика (профессионально-творческая), Преддипломная практика.

Дисциплина «Продвижение в интернете» в рамках воспитательной работы направлена на формирование у обучающихся умения аргументировать, самостоятельно мыслить, развивает творчество, профессиональные умения и навыки.

Дисциплина «Продвижение в интернете» частично реализуется в форме практической подготовки. Практическая подготовка организуется путем проведения - выполнения практических занятий, контрольных работ, иных видов учебной деятельности.

Входной контроль не предусмотрен.

**4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 4 з.е., 144 акад. час.

Распределение объема дисциплины (модуля) по видам учебных занятий представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего академических часов
Общая трудоемкость дисциплины	144
<b>Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего</b>	36
В том числе:	
<b>занятия лекционного типа</b> (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	12
в том числе часов практической подготовки	0
<b>занятия семинарского типа</b> (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	24
в том числе часов практической подготовки	4
<b>Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа</b> , включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	108
Промежуточная аттестация обучающихся Зачет с оценкой	-

**5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебной работы**

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
<b>Раздел 1. Интернет-рынок. Реклама в интернете.</b>				

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
<b>Актуальное состояние интернет рынка. Реклама в интернете.</b> Карта глобального интернета. Локальная карта Рунета. Подходы в стратегии продвижения в интернете. Мониторинг интернета (поисковые инструменты), профессиональные запросы (язык, операторы), мониторинг СМИ, мониторинг эфира, мониторинг соцсетей. Участники рекламного рынка (производители / sale inhouse / системы открутки/агентства). Особенности государственного регулирования интернет рекламы. Баннерная (медийная) реклама (форматы, особенности, ошибки). Контекстная реклама (форматы, особенности, ошибки). Применения BigData и технологий машинного обучения в работе. Принципы работы RTB.	2	2	-	20
<b>Раздел 2. Тексты, социальные медиа, видео и игры в интернете.</b>				
<b>Тексты, контексты, PR.</b> Особенности функционирования интернет СМИ. Реклама / лонгриды / спецпроекты. Специальные метрики и инструменты контент анализа. Принципы работы SERM. Определение KPI и интерпретация результатов.	2	2	-	10
<b>Социальные медиа.</b> Особенности и отличия платформ (VK, ОК, FB, Instagram, Snapchat, WeChat и т.д.). Особенности видео сегмента в социальных медиа (YouTube). Нативные механизмы платформ и сторонние решения по продвижению. «Блогеры» и «селебритис». Принципы работы «отзовиков». Определение KPI и интерпретация результатов.	2	4	-	20
<b>Видео.</b> Производство видео. Типы видеоконтента (новостное, вирусное, «ми-ми», ошибки). Создание и продвижение видеоканалов (YouTube, Instagram). Продажа / покупка видеоконтента. ТВ и интернет (особенности и отличия). 3D / VR и AR, технологии видеотрансляций и профессиональный стриминг.	2	4	-	10
<b>Игры.</b> Игры, в роли особенного инструмента коммуникации. Мификация коммуникаций.	1	4	-	10

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
Реклама в играх. PR в играх. Продакшн-плейсмент в играх.				
<b>Раздел 3. Продажи, продвижение и финансирование интернет - проектов.</b>				
<b>Мобильный сегмент.</b> Структура участников рынка (операторы, «сторы», производители приложений). Механизмы формирования мобильной аудитории. Аналитика мобильной воронки продаж. Создание и продвижение мобильных решений. Принципы монетизации приложений. Технологии отслеживания мобильных устройств в off-line. Функционирование мессенджеров Telegram, WhatsApp, Viber. Создание и использование каналов / ботов. Особенности медийной и контекстной рекламы в мобильном сегменте. Особенности социальных медиа в мобильной среде. Видео в мобильном сегменте.	1	2*	-	20
<b>Маркетинг, продажи, интернет торговли.</b> Структура участников рынка (магазины, агрегаторы, бренды). Аналитика воронки продаж. Принципы работы SEO. Технологии оптимизации контента и usability. Принципы работы call tracking. Почтовые сервисы direct mail и триггерные рассылки. Механизмы систем оплаты. CRM платформы. Метрика и определение KPI.	1	2*	-	10
<b>Финансирование интернет проектов.</b> Финансирование проектов посредством crowd коммуникаций. Электронные деньги, криптовалюты, блокчейн, ICO. dark web и принципы его работы. Правила безопасности работы в сети.	1	4	-	10
<b>ИТОГО по дисциплине</b>	<b>12</b>	<b>24</b>		<b>108</b>

\*- реализуется в форме практической подготовки

## **6 Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)**

При планировании самостоятельной работы студенту рекомендуется руководствоваться следующим распределением часов на самостоятельную работу (таблица 4):

Таблица 4 – Рекомендуемое распределение часов на самостоятельную работу

<b>Компоненты самостоятельной работы</b>	<b>Количество часов</b>
Изучение теоретических разделов дисциплины	40
Подготовка к занятиям семинарского типа	40
Подготовка и оформление контрольной работы	28
Итого:	108

## **7 Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации представлен в Приложении 1.

Полный комплект контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), практике хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

## **8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **8.1 Основная литература**

- 1 Банкин, А. Контент-маркетинг для роста продаж : практическое руководство / А. Банкин. - Санкт-Петербург : Питер, 2019. - 272 с. - (Маркетинг для профессионалов). - ISBN 978-5-4461-1075-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1817673> (дата обращения: 29.05.2021). – Режим доступа: по подписке.
- 2 Джефкинс, Ф. Реклама : учеб. пособие для вузов / Ф. Джефкинс ; под ред. Б.Л. Еремина. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 543 с. - ISBN 978-5-238-00362-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1027287> (дата обращения: 29.05.2021). – Режим доступа: по подписке.
- 3 Егоршин, А. П. Эффективный маркетинг организации : учебник для вузов / А. П. Егоршин. - 2-е изд., доп. и перераб. - Нижний Новгород : НИЭМ, 2020. - 302 с. - ISBN 978-5-901335-61-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1240738> (дата обращения: 29.05.2021). – Режим доступа: по подписке.
- 4 Управление продажами : учебник / под общ. ред. С.В. Земляк. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. — 300 с. - ISBN 978-5-9558-0531-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1019525> (дата обращения: 29.05.2021). – Режим доступа: по подписке.
- 5 Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О. В. Китовой. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-013017-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1659834> (дата обращения: 29.05.2021). – Режим доступа: по подписке.
- 6 Цифровые маркетинговые коммуникации: введение в профессию : учебник для вузов / под ред. Г. Л. Азоева. - Санкт-Петербург : Питер, 2021. - 336 с. - (Учебник для вузов). - ISBN 978-5-4461-1810-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1831728> (дата обращения: 29.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

### **8.2 Дополнительная литература**

- 1 Лapidус, Л. В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : учебник / Л.В. Лapidус. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 479 с. — (Выс-



шее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook\_5ad4a78dae3f27.69090312. - ISBN 978-5-16-013640-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1241988> (дата обращения: 29.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

2 Современные информационно-коммуникационные технологии для успешного ведения бизнеса : учебное пособие / Ю.Д. Романова, Л.П. Дьяконова, Н.А. Женова [и др.]. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 257 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Учебники для программы MBA). — DOI 10.12737/1073931. - ISBN 978-5-16-017053-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1073931> (дата обращения: 29.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

### **8.3 Методические указания для студентов по освоению дисциплины**

1 Алашкин, П. Всё о рекламе и продвижении в Интернете [Электронный ресурс] / П. Алашкин. - М.: Альпина Паблишер, 2017. - 220 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519015> (дата обращения: 29.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

### **8.4 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

- 1 Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Договор № 4997 эбс ИКЗ 211 2727000769 270301001 0010 004 6311 244 от 13 апреля 2021 г.
- 2 Электронно-библиотечная система IPRbooks. Лицензионный договор № ЕП 44/4 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks ИКЗ 21 12727000769 270301001 0010 003 6311 244 от 05 февраля 2021 г.
- 3 Образовательная платформа Юрайт. Договор № ЕП44/2 на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ИКЗ 21 1 2727000769 2703010010010001 6311 244 от 02 февраля 2021 г.
- 4 Электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU (периодические издания). Договор № ЕП 44/3 на оказание услуг доступа к электронным изданиям ИКЗ 211 272 7000769 270 301 001 0010 002 6311 244 от 04 февраля 2021 г.

### **8.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. Официальный сайт Российской ассоциации по связям с общественностью: <https://www.raso.ru/>
2. Специализированный портал CreateBrand: <http://www.createbrand.ru/about/>

### **8.6 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

Таблица 5 – Перечень используемого программного обеспечения

Наименование ПО	Реквизиты / условия использования
Microsoft Imagine Premium	Лицензионный договор АЭ223 №008/65 от 11.01.2019
OpenOffice	Свободная лицензия, условия использования по ссылке: <a href="https://www.openoffice.org/license.html">https://www.openoffice.org/license.html</a>

## **9 Организационно-педагогические условия**

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) - русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

### **9.1 Образовательные технологии**

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

### **9.2 Занятия лекционного типа**

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

### **9.3 Занятия семинарского типа**

Семинарские занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на семинарских занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Ответ должен быть аргументированным, развернутым, не односложным, содержать ссылки на источники.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание заданий, выполненных на семинарском занятии, входит в накопленную оценку.

#### **9.4 Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)**

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов университета.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиболее важному средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

#### **9.5 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств.

#### **1. Методические указания при работе над конспектом лекции**

В ходе лекционных занятий студенты должны осуществлять конспектирование учебного материала, при этом, им необходимо обращать особое внимание на основные понятия и категории, раскрывающие особенности существования и функционирования

социальных сетей и сети интернет. Также необходимо записывать формулировки основных терминов, связанных с особенностями функционирования интернета как средства получения информации и коммуникации. Особое внимание нужно уделять практическим рекомендациям, касающихся опыта работы в области интернета, т.к. эти рекомендации будут необходимы студентам при написании ими контрольной работы. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Преподавателю в конце лекции можно задавать уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций и т.д.

## **2. Методические указания по самостоятельной работе над изучаемым материалом и при подготовке к практическим занятиям**

Студентам необходимо начинать подготовку к практическим занятиям с изучения рекомендованной литературы. Они должны помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание студентам следует обращать на содержание основных понятий, положений и выводов, объясняющих те или иные явления и процессы в функционировании сети интернет как средства получения информации и коммуникации в информационном обществе, рассмотренных преподавателем на лекционных занятиях, либо изученных самостоятельно. После этого необходимо приступить к выполнению практических заданий. В процессе этой работы студенты должны стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его.

## **3. Методические указания по выполнению контрольной работы.**

При выполнении контрольной работы студентам необходимо повторить теоретический материал, рассмотренный на лекционных занятиях, и изученный самостоятельно в качестве рекомендованной литературы. Контрольная работа включает в себя выполнение контрольных заданий. В процессе выполнения работ студент должен продемонстрировать навыки: проведения аналитических исследований по разным темам и на массиве различных текстов, полученных в различных социальных сетях интернета; составления методологии проведения исследования; формулирования поисковых запросов и выбора важных в конкретной ситуации показателей эффективности; сегментирования аудитории, выделения целевых аудиторий, их интересов и потребностей, выделения ключевых конкурентов, анализа их сильных и слабых сторон подготовки статистических данных и их визуализации; владения инструментами мониторинга и анализа социальных сетей; грамотной интерпретации показателей вышеуказанных инструментов.

Работа должна быть напечатана, а затем отправлена в личный кабинет на проверку преподавателю.

## **10 Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

### **10.1 Учебно-лабораторное оборудование**

Специализированное учебно-лабораторное оборудование не требуется.

### **10.2 Технические и электронные средства обучения**

#### **Лекционные занятия**

Аудитории для лекционных занятий укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой

аудитории (наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия, тематические иллюстрации).

### **Практические занятия**

Аудитории для практических занятий укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

### **Самостоятельная работа.**

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде КнАГУ:

- читальный зал НТБ КнАГУ;

## **11 Иные сведения**

### **Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);

- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ<sup>1</sup>**  
**по дисциплине**  
**Продвижение в интернете**

Направление подготовки	<i>42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"</i>
Направленность (профиль) образовательной программы	<i>Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии</i>
Квалификация выпускника	<i>бакалавр</i>
Год начала подготовки (по учебному плану)	<i>2021</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Технология обучения	<i>традиционная</i>

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
3	5	4

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
<i>Зачет с оценкой</i>	<i>Кафедра ИК - История и культурология</i>

<sup>1</sup> В данном приложении представлены типовые оценочные средства. Полный комплект оценочных средств, включающий все варианты заданий (тестов, контрольных работ и др.), предлагаемых обучающемуся, хранится на кафедре в бумажном и электронном виде.

## 1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Таблица 1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<b>Универсальные</b>		
-	-	-
<b>Общепрофессиональные</b>		
-	-	-
<b>Профессиональные</b>		
ПК-2. Способен осуществлять коммуникационную кампанию в сети Интернет.	<p>ПК-2.1. Знает особенности и технологии осуществления рекламной и PR-кампаний в сети Интернет.</p> <p>ПК-2.2. Умеет самостоятельно планировать и осуществлять рекламные и PR-мероприятия в сети Интернет.</p> <p>ПК-2.3. Владеет навыками использования возможностей сети Интернет в целях рекламы и связей с общественностью.</p>	<p>- Знать основные понятия интернет-продвижения, инструменты интернет-рекламы, основные инструменты увеличения аудитории сайта.</p> <p>- Уметь управлять проектами в Интернете, создавать прототип сайта для проекта, подбирать контент, проводить рекламные и PR-кампании в среде Интернет.</p> <p>- Владеть навыками осуществления выбора модели продвижения проекта в Интернете, навыками подготовки кампании медийной и контекстной рекламы.</p>

Таблица 2 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Формируемая компетенция	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
<p>Раздел 1. Интернет-рынок. Реклама в интернете.</p> <p>Раздел 2. Тексты, социальные медиа, видео и игры в интернете.</p> <p>Раздел 3. Продажи, продвижение и финансирова-</p>	ПК-2	Задания к практическим занятиям.	Знает технологии продвижения в интернете рекламных и PR-проектов, современные социальные сети и мессенджеры. Умеет продвигать рекламный продукт в социальных сетях и мессенджерах, использовать возможности социальных сетей в целях реализации PR-проектов. Владеет навыками продвижения рекламного продукта в социальных сетях ВКОНТАКТЕ, Одноклассники, Инстаграм, видео хостинге YouTube, Whats App.



Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Формируемая компетенция	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
ние интернет - проектов.			Знает основные понятия интернет-продвижения, инструменты интернет-рекламы. Умеет управлять проектами в Интернете, создавать прототип сайта для проекта, подбирать контент, проводить рекламные и PR-кампании в среде Интернет. Владеет навыками осуществления выбора модели продвижения проекта в Интернете, навыками подготовки кампании медийной и контекстной рекламы.
Раздел 1. Интернет-рынок. Реклама в интернете. Раздел 2. Тексты, социальные медиа, видео и игры в интернете. Раздел 3. Продажи, продвижение и финансирование интернет - проектов.	ПК-2	Контрольная работа.	Знает технологии продвижения в интернете рекламных и PR-проектов, современные социальные сети и мессенджеры. Умеет продвигать рекламный продукт в социальных сетях и мессенджерах, использовать возможности социальных сетей в целях реализации PR-проектов. Владеет навыками продвижения рекламного продукта в социальных сетях ВКОНТАКТЕ, Одноклассники, Инстаграм, видео хостинге YouTube, Whats App. Знает основные понятия интернет-продвижения, инструменты интернет-рекламы. Умеет управлять проектами в Интернете, создавать прототип сайта для проекта, подбирать контент, проводить рекламные и PR-кампании в среде Интернет. Владеет навыками осуществления выбора модели продвижения проекта в Интернете, навыками подготовки кампании медийной и контекстной рекламы.

## 2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 3).

Таблица 3 – Технологическая карта

Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
<b>5 семестр.</b>			

Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
<b>Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой</b>			
Задание к практическому занятию 1	1 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 5 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 3 балла; задание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 2	2 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 5 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 3 балла; задание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 3	3 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 5 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 3 балла; задание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 4	4 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 5 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 3 балла; задание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 5	5 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 5 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 3 балла; задание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 6	6 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 5 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 3 балла; задание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 7	7 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 5 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 3 балла; задание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 8	8 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 5 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 3 балла; задание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 9	9 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 5 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 3 балла; задание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 10	10 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 5 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 3 балла; задание не выполнено – 0 баллов

Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
Задание к практическому занятию 11	11 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 5 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 3 балла; задание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 12	12 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 5 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 3 балла; задание не выполнено – 0 баллов
Контрольная работа	12 неделя	20 баллов	Контрольная работа выполнена полностью и без ошибок – 20 баллов; контрольная работа выполнена полностью, но допущены ошибки – 10 баллов; контрольная работа не выполнена – 0 баллов
Конспект по темам лекций	12 неделя	20 баллов	При 90 % конспектов тем
Итого	-	100 баллов	-

**Критерии оценки результатов обучения по дисциплине:**

0 – 64 % от максимально возможной суммы баллов – **0 – 64 баллов** - «неудовлетворительно» (недостаточный уровень для промежуточной аттестации по дисциплине);  
65 – 74 % от максимально возможной суммы баллов – **65 – 74 баллов** - «удовлетворительно» (пороговый (минимальный) уровень);  
75 – 84 % от максимально возможной суммы баллов – **75- 84 балла** - «хорошо» (средний уровень);  
85 – 100 % от максимально возможной суммы баллов – **85 – 100 баллов** - «отлично» (высокий (максимальный) уровень).

**Задания для текущего контроля**

**Контрольная работа**

**Типовые задания контрольных работ**

**Задание 1.**

Необходимо провести знакомство с информационными ресурсами сети Интернет (на выбор 3 ресурса). Определить тип информационного ресурса с точки зрения профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью, охарактеризовать структуру ресурса и его разделы, указать примерную периодичность обновления каждого раздела, предназначение информационного ресурса и его наполнение контентом. Указать возможность и условия заимствования представленного материала для работы. По каждому ресурсу результат представить в виде небольшой справки.

**Задание 2.**

Используя возможности сети Интернет, подготовить PR публикацию для печатного СМИ по выбранной студентом проблематике.

### **Задание 3.**

Самостоятельно подготовить и опубликовать авторский PR материал в Интернет-СМИ.

### **Типовые задания к практическим занятиям**

#### **Практическое занятие 1. Актуальное состояние интернет рынка. Реклама в интернете.**

Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

1. Участники рекламного рынка (производители / sale inhouse / системы открутки/агентства).
2. Особенности государственного регулирования интернет рекламы.
3. Баннерная (медийная) реклама (форматы, особенности, ошибки).
4. Контекстная реклама (форматы, особенности, ошибки).
5. Применения BigData и технологий машинного обучения в работе.
6. Принципы работы RTB.

#### **Практическое занятие 2. Тексты, контексты, PR.**

Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

1. Особенности функционирования интернет СМИ. Реклама / лонгриды / спецпроекты.
2. Специальные метрики и инструменты контент анализа.
3. Принципы работы SERM.
4. Определение KPI и интерпретация результатов.

#### **Практическое занятие 3, 4. Социальные медиа.**

Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

1. Особенности и отличия платформ (VK, OK, FB, Instagram, Snapchat, WeChat и т.д.).
2. Особенности видео сегмента в социальных медиа (YouTube).
3. Нативные механизмы платформ и сторонние решения по продвижению.
4. «Блогеры» и «селебритис».
5. Принципы работы «отзовиков».
6. Определение KPI и интерпретация результатов.

#### **Практическое занятие 5, 6. Видео.**

Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

1. Производство видео.
2. Типы видеоконтента (новостное, вирусное, «ми-ми», ошибки).
3. Создание и продвижение видеоканалов (YouTube, Instagram).
4. Продажа / покупка видеоконтента. ТВ и интернет (особенности и отличия).
5. 3D / VR и AR, технологии видеотрансляций и профессиональный стриминг.

#### **Практическое занятие 7, 8. Игры.**

Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

1. Игры, в роли особенного инструмента коммуникации.
2. Мификация коммуникаций.
3. Реклама в играх.
4. PR в играх.
5. Продакт-плейсмент в играх.

#### **Практическое занятие 9. Мобильный сегмент.**

Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

1. Структура участников рынка (операторы, «сторы», производители приложений).

2. Механизмы формирования мобильной аудитории.
3. Аналитика мобильной воронки продаж.
4. Создание и продвижение мобильных решений.
5. Принципы монетизации приложений.
6. Технологии отслеживания мобильных устройств в off-line.
7. Функционирование мессенджеров Telegram, WhatsApp, Viber.
8. Создание и использование каналов / ботов.
9. Особенности медийной и контекстной рекламы в мобильном сегменте.
10. Особенности социальных медиа в мобильной среде.
11. Видео в мобильном сегменте.

Создание собственного PR продукта для Интернет-СМИ с применением информации и материала, полученных самостоятельно.  
(реализуется в форме практической подготовки)

### **Практическое занятие 10. Маркетинг, продажи, интернет торговля.**

Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

1. Структура участников рынка (магазины, агрегаторы, бренды).
2. Аналитика воронки продаж.
3. Принципы работы SEO.
4. Технологии оптимизации контента и usability.
5. Принципы работы call tracking.
6. Почтовые сервисы direct mail и триггерные рассылки.
7. Механизмы систем оплаты.
8. CRM платформы.
9. Метрика и определение KPI.

Создание собственного блога продаж для Интернет-СМИ.  
(реализуется в форме практической подготовки)

### **Практическое занятие 11, 12. Финансирование интернет проектов.**

Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

1. Финансирование проектов посредством crowd коммуникаций.
2. Электронные деньги, криптовалюты, блокчейн, ICO. dark web и принципы его работы.
3. Правила безопасности работы в сети.

