

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 И.В. Цевелева
(подпись, ФИО)
«*29*» *июль* 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Продвижение в интернете

Направление подготовки	42.03.01 "Реклама и связи с общественностью"
Направленность (профиль) образовательной программы	Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
Квалификация выпускника	бакалавр
Год начала подготовки (по учебному плану)	2020
Форма обучения	очная
Технология обучения	традиционная

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
3	5	4

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
Зачет с оценкой	Кафедра ИК - История и культурология

Комсомольск-на-Амуре 2020

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
Универсальные		
-	-	-
Общепрофессиональные		
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения за-	ОПК-6.1. Знает современные технические средства и принципы работы информационно-коммуникационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности ОПК-6.2 Умеет использовать в	Знать технологии продвижения в интернете рекламных и PR-проектов, современные социальные сети и мессенджеры. Уметь продвигать рекламный продукт в социальных сетях и мессенджерах, использовать

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
дач профессиональной деятельности	профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии ОПК-6.3. Владеет навыками применения современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	возможности социальных сетей в целях реализации PR-проектов. Владеть навыками продвижения рекламного продукта в социальных сетях ВКОНТАКТЕ, Одноклассники, Инстаграм, видео хостинге YouTube, Whats App, навыками использования социальных сетей ВКОНТАКТЕ, Одноклассники, Инстаграм и видео хостинга YouTube, Whats App в целях реализации PR-проектов.
Профессиональные		
ПК-3. Способен осуществлять коммуникационную кампанию в сети Интернет.	ПК-3.1. Знает особенности и технологии осуществления рекламной и PR-кампаний в сети Интернет. ПК-3.2. Умеет самостоятельно планировать и осуществлять рекламные и PR-мероприятия в сети Интернет. ПК-3.3. Владеет навыками использования возможностей сети Интернет в целях рекламы и связей с общественностью.	Знать основные понятия интернет-продвижения, инструменты интернет-рекламы, основные 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.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
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего	48
В том числе:	
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	32
в том числе часов практической подготовки	0
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	16
в том числе часов практической подготовки	4
Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа , включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	96
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)			СРС
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
Раздел 1. Интернет-рынок. Реклама в интернете.				

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	
Актуальное состояние интернет рынка. Реклама в интернете. 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.	4	2	-	20
Раздел 2. Тексты, социальные медиа, видео и игры в интернете.				
Тексты, контексты, PR. Особенности функционирования интернет СМИ. Реклама / лонгриды / спецпроекты. Специальные метрики и инструменты контент анализа. Принципы работы SERM. Определение KPI и интерпретация результатов.	4	2	-	10
Социальные медиа. Особенности и отличия платформ (VK, OK, 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.	4	2	-	20
Видео. 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.	4	2	-	10
Игры. Игры, в роли особенного инструмента коммуникации. Мификация коммуникаций. Реклама в играх. PR в играх. Продакт-	4	2	-	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	
плейсмент в играх.				
Раздел 3. Продажи, продвижение и финансирование интернет - проектов.				
Мобильный сегмент. 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.	4	2*	-	20
Маркетинг, продажи, интернет торговля. 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.	4	2*	-	10
Финансирование интернет проектов. Финансирование проектов посредством crowd коммуникаций. Электронные деньги, криптовалюта, блокчейн, ICO. dark web и принципы его работы. Правила безопасности работы в сети.	4	2	-	6
ИТОГО по дисциплине	16	16		112

*- 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

Компоненты самостоятельной работы	Количество часов
Изучение теоретических разделов дисциплины	40
Подготовка к занятиям семинарского типа	40
Подготовка и оформление контрольной работы	16
Итого:	96

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: https://www.openoffice.org/license.html

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 (практически) 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 препода-

вателя, 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 наиважнейшему 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 СРЕДСТВ¹
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>2020</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>

¹ 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
Универсальные		
-	-	-
Общепрофессиональные		
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	<p>ОПК-6.1. Знает современные технические средства и принципы работы информационно-коммуникационных технологий, применяемых в профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-6.2 Умеет использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ОПК-6.3. Владеет навыками применения современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Знать технологии продвижения в интернете рекламных и PR-проектов, современные социальные сети и мессенджеры.</p> <p>Уметь продвигать рекламный продукт в социальных сетях и мессенджерах, использовать возможности социальных сетей в целях реализации PR-проектов.</p> <p>Владеть навыками продвижения рекламного продукта в социальных сетях ВКОНТАКТЕ, Одноклассники, Инстаграм, видео хостинге YouTube, Whats App, навыками использования социальных сетей ВКОНТАКТЕ, Одноклассники, Инстаграм и видео хостинга YouTub, Whats App в целях реализации PR-проектов.</p>
Профессиональные		
ПК-3. Способен осуществлять коммуникационную кампанию в сети Интернет.	<p>ПК-3.1. Знает особенности и технологии осуществления рекламной и PR-кампаний в сети Интернет.</p> <p>ПК-3.2. Умеет самостоятельно планировать и осуществлять рекламные и PR-мероприятия в сети Интернет.</p> <p>ПК-3.3. 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 кампа-</p>

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
		нии медийной и контекстной рекламы.

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 финансирование интернет - проектов.</p>	ОПК-6 ПК-3	Задания к практическим занятиям.	<p>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.</p> <p>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.</p>
<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 финансирование интернет - проектов.</p>	ОПК-6 ПК-3	Контрольная работа.	<p>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.</p> <p>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.</p>

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Формируемая компетенция	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
			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
5 семестр. Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой			
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	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 3	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 4	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 5	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 6	11 неделя	5 баллов	Задание выполнено полностью и без ошибок – 5 баллов; задание выполнено полностью, но допущены ошибки – 3 балла; за-

Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
			дание не выполнено – 0 баллов
Задание к практическому занятию 7	13 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	15 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	16 неделя	40 баллов	Контрольная работа выполнена полностью и без ошибок – 40 баллов; контрольная работа выполнена полностью, но допущены ошибки – 30 баллов; контрольная работа не выполнена – 0 баллов
Конспект по темам лекций	16 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. 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 4. 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 стримминг.

Практическое занятие 5. 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 6. 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 7. 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 8. 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.

Лист регистрации изменений к РПД
Лист регистрации изменений к РПД

	Номер протокола заседания кафедры, дата утверждения изменения	Количество страниц изменения	Подпись разработчика РПД
1	Протокол №1 от 09.09.2020 Изменение количества аудиторных часов и СРС. Основание: Рабочий учебный план на 2020/2021 учебный год. Внесены изменения в аннотацию, табл.2,3,4. Актуализирован список литературы.	5	
2	Изменение количества аудиторных часов и СРС. Основание: рабочий учебный план на 2021-2022 учебный год.	Страницы с количеством аудиторной нагрузки и СРС	
3	Практическая подготовка обучающихся. Основание: Приказ Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 г. № 885/390 "О практической подготовке обучающихся"	4	
4	Актуализация литературы	1	