

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

Кафедра «Философия и культурология»



УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор

И.В. Макурин

20 17 г.


РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины «Продвижение в интернете»
основной профессиональной образовательной программы
подготовки бакалавров по направлению
42.03.01 **Реклама и связи с общественностью**
профиль «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»

Форма обучения	очно-заочная
Технология обучения	традиционная


Комсомольск-на-Амуре 20 17

Автор рабочей программы
доцент кафедры «Философия и культу-
рология», канд. культ.



Васильченко А.В.
« 12 » 12 2017г.

СОГЛАСОВАНО


Директор библиотеки


И.А. Романовская
« 11 » 12 2017г.


Заведующий кафедрой «Философия и
культурология»


Д.В. Новиков
« 12 » 12 2017г.

Заведующий выпускающей кафедрой
«Философия и культурология»


Д.В. Новиков
« 12 » 12 2017г.

Декан факультета заочного и дистанци-
онного обучения


М.В. Семибратова
« 14 » 12 2017г.

Начальник УМУ


Е.Е. Поздеева
« 15 » 12 2017г.

Введение

Рабочая программа дисциплины «Продвижение в интернете» составлена в соответствии требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11.08.2016 № 997, и образовательной программы подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

1 Аннотация дисциплины

Наименование дисциплины	Продвижение в интернете							
Цель дисциплины	Способность и готовность использовать технологии продвижения в интернете при разработки и осуществлении рекламных и PR-проектов.							
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - 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 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.							
Общая трудоемкость дисциплины	4 з.е./ 144 академических часа							
		Аудиторная нагрузка, ч				СРС, ч	Промежуточная аттестация, ч	Всего за семестр, ч
	Семестр	Лекции	Пр. занятия	Лаб. работы	Курсовое проектирование			
8 семестр	16	16			112	-	144	
ИТОГО:		16	16			112	-	144

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

Дисциплина «Продвижение в интернете» нацелена на формирование компетенций, знаний, умений и навыков, указанных в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, знания, умения, навыки

Наименование и шифр компетенции, в формировании которой принимает участие дисциплина	Перечень формируемых знаний, умений, навыков, предусмотренных образовательной программой		
	Перечень знаний (с указанием шифра)	Перечень умений (с указанием шифра)	Перечень навыков (с указанием шифра)

ОПК-6 «Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности».	31 (ОПК-6-4): технологии продвижения в интернете рекламных и PR-проектов.	У1 (ОПК-6-4): продвигать рекламный продукт в социальных сетях и мессенджерах.	Н1 (ОПК-6-4): навыками продвижения рекламного продукта в социальных сетях ВКОНТАКТЕ, Одноклассники, Инстаграм, видео хостинге YouTube, Whats App.
	32 (ОПК-6-4): современные социальные сети и мессенджеры	У2 (ОПК-6-4): использовать возможности социальных сетей в целях реализации PR-проектов.	Н2 (ОПК-6-4): навыками использования социальных сетей ВКОНТАКТЕ, Одноклассники, Инстаграм и видео хостинга YouTube, Whats App в целях реализации PR-проектов.

Наименование и шифр компетенции, в формировании которой принимает участие дисциплина	Перечень формируемых знаний, умений, навыков, предусмотренных образовательной программой		
	Перечень знаний (с указанием шифра)	Перечень умений (с указанием шифра)	Перечень навыков (с указанием шифра)
ПК-5: «Способность реализовывать проекты и владение методами их реализации».	31 (ПК-5-7): основные понятия интернет-продвижения, инструменты интернет-рекламы, основные инструменты увеличения аудитории сайта.	У1 (ПК-5-7): уметь управлять проектами в Интернете, создавать прототип сайта для проекта, подбирать контент, проводить рекламные и PR-кампании в среде Интернет.	Н1 (ПК-5-7): 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 4 курсе в 8 семестре. Дисциплина является вариативной, входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к дисциплинам по выбору.

Дисциплина «Продвижение в интернете», совместно с дисциплиной «Социальные сети как средство коммуникации», является четвертым этапом в формировании компетенции ОПК-6 «Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности». Предыдущими этапами освоения данной компетенции являются дисциплины

плины: «Информатика», «Математика и статистика», «Аудиовизуальные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Информационные системы и технологии в рекламной деятельности». Дисциплина «Продвижение в интернете», совместно с вышеперечисленными дисциплинами, является основой для успешного прохождения преддипломной практики на заключительном этапе освоения компетенции ОПК-6.

Дисциплина «Продвижение в интернете», совместно с дисциплиной «Социальные сети как средство коммуникации», является седьмым этапом освоения компетенции ПК-5 «Способность реализовывать проекты и владение методами их реализации». Предыдущими этапами освоения данной компетенции являются такие дисциплины, как «Дизайн в рекламе и связях с общественностью», «Технологии рекламы», «Технологии связей с общественностью», «Презентация проектов в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика успешной коммуникации», «Современные технологии в рекламе и связях с общественностью», а также производственная практика. Дисциплина «Продвижение в интернете», совместно с вышеперечисленными дисциплинами, является основой для успешного прохождения преддипломной практики на заключительном этапе освоения компетенции ПК-5.

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 дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

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

Таблица 2 – Объем дисциплины по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего академических часов
	Очно-заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего	32
В том числе:	
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	16
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	16
Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа , включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электрон-	112

Объем дисциплины	Всего академических часов
	Очно-заочная форма обучения
ной информационно-образовательной среде вуза	
Промежуточная аттестация обучающихся	-

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

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудодём ём-кост, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетен-тен-ции	Знания, умения, навыки
Раздел 1. Интернет-рынок. Реклама в интернете.					
Актуальное состояние интернет рынка. 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.	Лекция	2	Традиционная	ОПК-6-4 ПК-5-7	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4); Н2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
Реклама в интернете. 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.	Практическое занятие	2	С использованием активных методов обучения	ОПК-6-4 ПК-5-7	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4); Н2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
	Самостоятельная работа	10	Изучение теоретических разделов дисциплины;	ОПК-6-4	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4);

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоемкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
	обучающихся. Подготовка к практическим занятиям.		повторение лекционного материала; чтение основной и дополнительной литературы, конспектирование, выполнение заданий.	ПК-5-7	4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4); Н2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
ИТОГО по разделу 1	Лекции	2	-	-	-
	Практические занятия	2	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	10	-	-	-
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.	Лекция	2	С использованием активных методов обучения	ОПК-6-4 ПК-5-7	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4); Н2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
Тексты, контексты, PR. Особенности функционирования интернет СМИ. Реклама / лонгриды / спецпроекты. Специальные метрики и инструменты контент анализа. Принципы работы SERM. Определение KPI и интерпретация результатов.	Практическое занятие	2	Традиционная	ОПК-6-4 ПК-5-7	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
Социальные медиа. Особенности и отличия платформ (VK, OK, FB, Instagram, Snapchat, WeChat и	Лекция	2	Традиционная	ОПК-6-4	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоемкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
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.				ПК-5-7	4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4); Н2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
Социальные медиа. 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.	Практическое занятие	2	Традиционная	ОПК-6-4 ПК-5-7	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4); Н2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
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 стримминг.	Лекция	2	С использованием активных методов обучения	ОПК-6-4 ПК-5-7	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4); Н2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
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 ви-	Практическое занятие	2	С использованием активных методов обучения	ОПК-6-4 ПК-5-7	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7);

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоемкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
деотрансляций и профессиональный стримминг.					Н1 (ПК-5-7).
Игры. Игры, в роли особенного инструмента коммуникации. Мификация коммуникаций. Реклама в играх. PR в играх. Продакт-плейсмент в играх.	Лекция	2	Традиционная	ОПК-6-4 ПК-5-7	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4); Н2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
Игры. Игры, в роли особенного инструмента коммуникации. Мификация коммуникаций. Реклама в играх. PR в играх. Продакт-плейсмент в играх.	Практическое занятие	2	Традиционная	ОПК-6-4 ПК-5-7	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
	Самостоятельная работа обучающихся. Подготовка к практическим занятиям.	60	Изучение теоретических разделов дисциплины; повторение лекционного материала; чтение основной и дополнительной литературы, конспектирование. Выполнение заданий.	ОПК-6-4 ПК-5-7	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4); Н2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
ИТОГО по разделу 2	Лекции	8	-	-	-
	Практические занятия	8	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	60	-	-	-

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
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.	Лекция	2	Традиционная	ОПК-6-4 ПК-5-7	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4); Н2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
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.	Практическое занятие	2	Традиционная	ОПК-6-4 ПК-5-7	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4); Н2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
Маркетинг, продажи, интернет торговли. 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. Ме-	Лекция	2	Традиционная	ОПК-6-4 ПК-5-7	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4);

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
механизмы систем оплаты. CRM платформы. Метрика и определение KPI.					4); H2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
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.	Практическое занятие	2	Традиционная	ОПК-6-4 ПК-5-7	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
Финансирование интернет проектов. Финансирование проектов посредством crowd коммуникаций. Электронные деньги, криптовалюта, блокчейн, ICO. dark web и принципы его работы. Правила безопасности работы в сети.	Лекция	2	Традиционная	ОПК-6-4 ПК-5-7	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4); Н2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
Финансирование интернет проектов. Финансирование проектов посредством crowd коммуникаций. Электронные деньги, криптовалюта, блокчейн, ICO. dark web и принципы его работы. Правила безопасности работы в сети.	Практическое занятие	2	Традиционная	ОПК-6-4 ПК-5-7	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4); Н2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
	Самосто-	30	Изучение теоре-	ОПК-	31 (ОПК-6-

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
	ательная работа обучающихся. Подготовка к практическим занятиям.		тических разделов дисциплины; повторение лекционного материала; чтение основной и дополнительной литературы, конспектирование, выполнение заданий.	6-4 ПК-5-7	4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4); Н2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7)..
	Самостоятельная работа обучающихся (подготовка и выполнение контрольной работы)	12	Повторение лекционного материала и теоретических вопросов к практическим занятиям. Выполнение контрольной работы.	ОПК-6-4 ПК-5-7	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4); Н2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
ИТОГО по разделу 3	Лекции	6	-	-	-
	Практические занятия	6	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	42	-	-	-
Промежуточная аттестация по дисциплине		-	Зачет с оценкой	ОПК-6-4 ПК-5-7	31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4);

Наименование разделов, тем и содержание материала	Компонент учебного плана	Трудоёмкость, ч	Форма проведения	Планируемые (контролируемые) результаты освоения	
				Компетенции	Знания, умения, навыки
					Н2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).
ИТОГО по дисциплине	Лекции	16	-	-	-
	Практические занятия	16	-	-	-
	Самостоятельная работа обучающихся	112	-	-	-
ИТОГО: общая трудоемкость дисциплины 144 часа в том числе с использованием активных методов обучения 8 часов					

6 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся, осваивающих дисциплину «Продвижение в интернете», состоит из следующих компонентов: подготовка к практическим занятиям; изучение теоретических разделов дисциплины; подготовка и выполнение контрольной работы.

Для успешного выполнения всех разделов самостоятельной работы учащимся рекомендуется использовать следующее учебно-методическое обеспечение:

Рекомендуемый график выполнения самостоятельной работы представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Рекомендуемый график выполнения самостоятельной работы студентов

Вид самостоя- тельной работы	Итого по видам работ																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
Подготовка к практическим занятиям	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
Изучение теоре- тических разде- лов дисциплины	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32
Подготовка и выполнение контрольной ра- боты						1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
ИТОГО в 8 семестре	5	5	6	6	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	112

7 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Таблица 5 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	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>	<p>31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4); Н2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).</p>	<p>Задания к практическим занятиям. Конспект.</p>	<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>	<p>31 (ОПК-6-4); У1 (ОПК-6-4); Н1 (ОПК-6-4). 32 (ОПК-6-4); У2 (ОПК-6-4); Н2 (ОПК-6-4). 31 (ПК-5-7); У1 (ПК-5-7); Н1 (ПК-5-7).</p>	<p>Контрольная работа.</p>	<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>

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
			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.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 6).

Наименование оценочного средства	Сроки оценивания	Шкала оценивания	Критерии оценивания
Семестр 8. 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 выполне-

Наименование оценочного средства	Сроки оценивания	Шкала оценивания	Критерии оценивания
			но 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; задание 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	17 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).

Типовые задания для текущего контроля

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. Реклама в интернете.

Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

1. Участники рекламного рынка (производители / sale inhouse / системы открутки/
2. агентства).
3. Особенности государственного регулирования интернет рекламы.
4. Баннерная (медийная) реклама (форматы, особенности, ошибки).
5. Контекстная реклама (форматы, особенности, ошибки).
6. Применения BigData и технологий машинного обучения в работе.
7. 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.

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.

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.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1 Основная литература

1. Интернет-реклама: Учебное пособие / А.А. Годин, А.М. Годин, В.М. Комаров. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. **<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=337799>**

2. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / М.В. Акулич - М.: Дашков и К, 2016. - 352 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

3. Васильев, Г. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете [Электронный ресурс] : учебное пособие/ Г.А. Васильев - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 183 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

4. Годин, А. А. Годин, А. М. Комаров, В. М. Интернет-реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Годин, А. М. Годин, В. М. Комаров. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 168 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

5. Чумиков, А. Н. Бочаров, М. П. Тишкова, М. В. PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 [Электронный ресурс]: пособие/ Александр Чумиков, Михаил Бочаров, Мария Тишкова. - М.: Альпина Паблишерз, 2014. - 132 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

8.2 Дополнительная литература

1. Алашкин, П. Всё о рекламе и продвижении в Интернете [Электронный ресурс] / Павел Алашкин. - М.: Альпина Паблишер, 2014. - 220 с. **<http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=519015>**

2. Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ [Электронный ресурс]: пособие / Наталия Ермолова. — М.: Альпина Паблишер. 2013. — 357 с. // ZNANIUM.COM : электронно-библиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. <http://www.znaniium.com>
2. <http://dic.academic.ru>
3. <http://slovari.yandex.ru>
4. <http://www.encyclopedia>
5. <http://glossary.ru/> - служба тематических толковых словарей
6. <http://megabook.ru/> - энциклопедия портала «Кирилл и Мефодий»

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Обучение дисциплине предполагает изучение курса на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проводятся в форме лекций и практических занятий. Самостоятельная работа включает: подготовку к практическим занятиям; изучение теоретических разделов дисциплины, подготовку и выполнение контрольной работы.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Освоение дисциплины «Продвижение в интернете» основывается на активном использовании Microsoft® Windows Professional 7 Russian, Microsoft® Office Professional Plus 2010 Russian, Microsoft® Windows Professional 8 Russian в процессе изучения теоретических разделов дисциплины и подготовки к практическим занятиям. С целью повышения качества ведения образовательной деятельности в университете создана электронная информационно-образовательная среда. Она подразумевает организацию взаимодействия между обучающимися и преподавателями через систему личных кабинетов студентов, расположенных на официальном сайте университета в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу <https://student.knastu.ru>.

Созданная информационно-образовательная среда позволяет осуществлять взаимодействие между участниками образовательного процесса посредством организации дистанционного консультирования по вопросам выполнения практических/самостоятельных заданий, подготовки и выполнения контрольной работы.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Для реализации программы дисциплины «Продвижение в интернете» используется материально-техническое обеспечение, перечисленное в таблице 7

Таблица 7 – Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Наименование аудитории (лаборатории)	Используемое оборудование	Назначение оборудования
Аудитории для занятий лекционного и семинарского типа с выходом в интернет + локальное соединение	Мультимедийный класс	1 персональный ЭВМ с процессором Core(TM) i3-3240 CPU @ 3.4 GHz; 1 экран с проектором EPSON EB-825V	Проведение лекционных и практических занятий в виде презентаций

