

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего  
образования  
«Сочинский государственный университет»



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
Интернет-реклама и PR

Шифр и направление подготовки	<u>42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»</u>
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр
Профиль подготовки	<u>Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах</u>
Форма обучения	очно-заочная
Выпускающая кафедра	<u>Общей психологии и социальных коммуникаций</u>
Кафедра-разработчик рабочей программы	<u>Общей психологии и социальных коммуникаций</u>
<i>Год начала подготовки: 2024 г.</i>	

Семестр	Трудоемкость (час./зет.)	Лекцион. занятий, (час.)	Практич. занятий, (час.)	Лаборат. занятий, (час.)	СРС, (час.)	КР/КП	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
4	108/3	14	28	-	66	-	Зачет
5	216/6	18	36	-	126	-	Экзамен (36)
<b>Итого:</b>	<b>324/9</b>	<b>32</b>	<b>64</b>	<b>-</b>	<b>192</b>	<b>-</b>	<b>Зачет, Экзамен (36)</b>

Сочи 2024г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины Интернет-реклама и PR

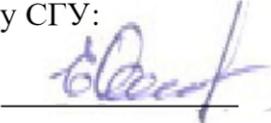
Рабочую программу составила:

 Круглова М.С., к.э.н., доц. кафедры ОПиСК

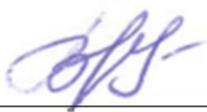
**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА:**

Заведующий кафедрой  И.Б. Шуванов

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует  
библиотечному фонду СГУ:

Директор НОБ  Е.В. Онищенко

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям:

Отдел качества образования и  
методического обеспечения  В.В. Васильченко

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 202\_\_/202\_\_ учебный год, протокол №\_\_ заседания кафедры от «\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г. В программу внесены дополнения и(или) изменения.

---

---

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_   
подпись

\_\_\_\_\_   
ФИО

Рабочая программа переутверждена на 202\_\_/202\_\_ учебный год, протокол №\_\_ заседания кафедры от «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. В программу внесены дополнения и(или) изменения.

---

---

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_   
подпись

\_\_\_\_\_   
ФИО

Рабочая программа переутверждена на 202\_\_/202\_\_ учебный год, протокол №\_\_ заседания кафедры от «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. В программу внесены дополнения и(или) изменения.

---

---

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_   
подпись

\_\_\_\_\_   
ФИО

## 1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Интернет-реклама и PR» является формирование целостной системы знаний об общих закономерностях и технологиях применения интернет-рекламы и PR, с использованием методов интернет-рекламы и PR при работе на различных сегментах рынка.

Задачи дисциплины:

- ознакомить с комплексом современных знаний о новой информационно-коммуникативной среде интернета, специфике и принципах создания и распространения рекламы в интерактивной электронной среде;
- изучить методологию продвижения продуктов и услуг в поисковых и социальных сетях интернета;
- выработать практические навыки продвижения рекламы на различных интернет-платформах.

## 2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП НАПРАВЛЕНИЯ 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана.

Таблица 1 – Дисциплины, участвующие в формировании компетенции

Код и наименование компетенции	Дисциплины, участвующие в формировании компетенции
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>	
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Основы копирайтинга Компьютерный дизайн и инфографика Разработка и технологии производства рекламного и PR продукта Научно-исследовательская работа Иностранный язык профессиональный
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Информатика Компьютерный дизайн и инфографика Научно-исследовательская работа

## 3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 2 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>		

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Знать: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в области Интернет-рекламы и PR Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в области Интернет-рекламы и PR Владеть: навыками выбора и применения отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в области Интернет-рекламы и PR
	ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знать: методы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем в области Интернет-рекламы и PR Уметь: осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем в области Интернет-рекламы и PR Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем в области Интернет-рекламы и PR

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1 Демонстрирует знания принципов работы современных информационных технологий	Знать: принципы работы современных информационных технологий в области Интернет-рекламы и PR Уметь: демонстрировать знания принципов работы современных информационных технологий в области Интернет-рекламы и PR Владеть: навыками работы современных информационных технологий в области Интернет-рекламы и PR
	ОПК-6.2 Выбирает современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности	Знать: современные информационные технологии для решения задач в области Интернет-рекламы и PR в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: делать выбор современных информационных технологий для решения задач в области Интернет-рекламы и PR Владеть: навыками выбора современных информационных технологий для решения задач в области Интернет-рекламы и PR
	ОПК-6.3 Владеет навыками использования современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности	Знать: методы использования современных информационных технологий для решения задач в области Интернет-рекламы и PR Уметь: обеспечивать использование современных информационных технологий для решения задач в области Интернет-рекламы и PR Владеть: навыками использования современных информационных технологий для решения задач в области Интернет-рекламы и PR

## 4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 4.1 Тематический план дисциплины

Таблица 3 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

4-й семестр

№ раздела, темы	Наименование темы дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Контактная работа			СРС
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1	Интернет как коммуникативное пространство для рекламы и PR	<b>15</b>	2	4	-	9
2	Характеристика глобальной сети как рекламной площадки	<b>16</b>	2	4	-	10
3	Вирусный маркетинг	<b>15</b>	2	4	-	9
4	Реклама и PR в социальных сетях и блогах	<b>16</b>	2	4	-	10
5	Создание сайтов в PR-деятельности	<b>15</b>	2	4	-	9
6	SEO-оптимизация	<b>15</b>	2	4	-	9
7	Аудит корпоративного веб-сайта	<b>16</b>	2	4	-	10
	Зачет	-	-	-	-	-
<b>ИТОГО:</b>		<b>108</b>	<b>14</b>	<b>28</b>	<b>-</b>	<b>66</b>

5-й семестр

№ раздела, темы	Наименование темы дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Контактная работа			СРС
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1	Конструкторы сайтов	<b>20</b>	2	4	-	14
2	Медиарилейшнз в онлайн-среде	<b>20</b>	2	4	-	14
3	Медийная реклама в сети Интернет	<b>20</b>	2	4	-	14
4	Блоги в связях с общественностью	<b>20</b>	2	4	-	14
5	Контекстная реклама	<b>20</b>	2	4	-	14
6	Email-рассылки	<b>20</b>	2	4	-	14
7	Баннерная реклама	<b>20</b>	2	4	-	14
8	Видеоконференции как инструмент PR	<b>20</b>	2	4	-	14
9	Организация продаж через Интернет	<b>20</b>	2	4	-	14
	Экзамен	<b>36</b>	-	-	-	-
<b>ИТОГО:</b>		<b>216</b>	<b>18</b>	<b>36</b>	<b>-</b>	<b>126</b>

#### 4.1.1 Лекционные занятия

##### 4-й семестр

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Интернет как коммуникативное пространство для рекламы и PR	Веб-сайт с точки зрения маркетинга. История развития веб-сайтов. Три «кита» PR в Интернете: Web-PR, Net-PR, Online-PR. Корпоративные веб-сайты организаций, их значение и цель. Чаты и форумы как виды коммуникации с потребителем
2	Характеристика глобальной сети как рекламной площадки	Организация рекламной деятельности в сети Интернет. Принципы и методы реализации рекламных коммуникаций в Интернете. Виды интернет-рекламы и способы их классификации
3	Вирусный маркетинг	Вирусные кампании в Интернете. Алгоритм распространения вирусного контента. Особенности методов оценки эффективности вирусных рекламных акций.
4	Реклама и PR в социальных сетях и блогах	Сущность, цели и задачи SMM (Social Media Marketing). Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных медиа. Типы социальных сетей, обзор Facebook, VK, Одноклассники. Таргетированная реклама, сотрудничество с блогерами и другие методы продвижения.
5	Создание сайтов в PR-деятельности	Типы и виды веб-сайтов. Принципы проектирования и разработки сайта. Техническое исполнение и системы управления сайтом (CMS). Типовые информационные блоки стандартного веб-сайта организации. Особенности дизайна и верстки веб-страниц.
6	SEO-оптимизация	Механизмы размещения и продвижения сайтов в сети. Принципы работы поисковых систем. Увеличение релевантности веб-ресурса. Повышение индекса цитирования. Участие в рейтингах и регистрация в каталогах. Особенности электронного PR-текста.
7	Аудит корпоративного веб-сайта	Анализ конкурентоспособности и посещаемости сайта, источников трафика, активности и лояльности пользователей. Контент-менеджмент. Практичность интерфейса, интерактивность, навигация.

##### 5-й семестр

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Конструкторы сайтов	Варианты хостинга сайтов. Обзор бесплатных платформ для запуска онлайн-проектов. Преимущества и недостатки сервисов. Функциональные возможности.
2	Медиарилейшнз в онлайн-среде	Интернет-журналистика и ее возможности для реализации PR-целей. Сайт периодического издания Современные форматы подачи контента в онлайн-среде. Лонгриды. Место

		рекламы на интернет-страницах периодических изданий.
3	Медийная реклама в сети Интернет	Принципы медиапланирования. Специальные проекты в Интернет. СМИ как рекламный инструмент. Нативная реклама в СМИ, жанр адверториал. Медиабаинг.
4	Блоги в связях с общественностью	Этапы развития интернет-технологий. Технологии Веб. Возможности современной блогосферы для пабллик рилейшнз. Особенности личных и корпоративных блогов
5	Контекстная реклама	Этапы запуска контекстной рекламы. Проблемы реализации рекламной кампании в Интернете. Методы ценообразования в поисковой рекламе, способы повышения эффективности
6	Email-рассылки	Реклама с использованием электронной почты. Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем. Тренды современного E-mail маркетинга. Стратегия сегментации.
7	Баннерная реклама	Категории баннеров и методы баннерной рекламы. Виды закупки и стоимость баннерной рекламы. Ретаргетинг. Проблема баннерной слепоты. CTR баннерной рекламы
8	Видеоконференции как инструмент PR	Организация Понятие «вебинар». Интернет-трансляции. Проведение в сети online-промоушенов.онлайн-встреч как инструмент PR в цифровой среде. Проведение online-интервью.
9	Организация продаж через Интернет	Категории электронной коммерции. Состояние российского рынка онлайн-торговли, типы сайтов. Интернет-витрины, каталоги, Интернет-аукционы. Планирование электронного бизнеса. Платежные системы.

#### 4.1.2 Практические занятия

##### 4-й семестр

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание занятия
1	Интернет как коммуникативное пространство для рекламы и PR	Выявление целевой аудитории online. Online-статистика.
2	Интернет как коммуникативное пространство для рекламы и PR	Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики.
3	Характеристика глобальной сети как рекламной площадки	Продающая рекламная кампания, информационная и имиджевая
4	Характеристика глобальной сети как рекламной площадки	Коммуникационная эффективность рекламы. Экономическая эффективность рекламы
5	Вирусный маркетинг	Анализ наиболее успешных примеров вирусной рекламы
6	Вирусный маркетинг	Особенности методов оценки эффективности вирусных рекламных акций

7	Реклама и PR в социальных сетях и блогах	Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений.
8	Реклама и PR в социальных сетях и блогах	Принципы работы инструментов и аналитика.
9	Создание сайтов в PR-деятельности	Разработка прототипа собственного сайта, его контента и оформления
10	Создание сайтов в PR-деятельности	Выбор и наполнение шаблона в онлайн-конструкторах сайтов. А/В-тестирование сайта
11	SEO-оптимизация	Составление таблицы с критериями внутренней поисковой оптимизации сайтов.
12	SEO-оптимизация	Проверка выбранного сайта на соответствие заданным критериям. SEO-копирайтинг.
13	Аудит корпоративного веб-сайта	Измерение конверсии. Проведение usability-теста на примере одного сайта. Маркетинговые исследования в Интернете. Методы получения и анализа информации.
14	Аудит корпоративного веб-сайта	Инструментарий и способы анализа целевой аудитории в Интернете. Онлайн-опросы и отзывы.

### 5-й семестр

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание занятия
1	Конструкторы сайтов	Экспресс-создание блога на платформе Wix.com.
2	Конструкторы сайтов	Изучение поэтапного создания блога в системе WordPress.
3	Медиарилейшнз в онлайн-среде	Современные форматы подачи контента в онлайн-среде. Лонгриды. Место рекламы на интернет-страницах периодических изданий.
4	Медиарилейшнз в онлайн-среде	Обзор электронных средств массовой информации в России.
5	Медийная реклама в сети Интернет	Специальные проекты в интернет-СМИ как рекламный инструмент. Нативная реклама в СМИ, жанр адверториал. Медиабаинг.
6	Медийная реклама в сети Интернет	Анализ рекламной продукции в онлайн-СМИ. Интерактивная реклама.
7	Блоги в связях с общественностью	Сравнительный анализ блогов одной тематики по основным параметрам.
8	Блоги в связях с общественностью	Разработка блога: имя аккаунта, шапка профиля, стиль профиля, визуальный и текстовый контент.
9	Контекстная реклама	Составление рекламного объявления для сервисов Яндекс.Директ.
10	Контекстная реклама	Анализ эффективности рекламных кампаний. Карта кликов от Яндекс.Метрики.
11	Email-рассылки	Тренды современного E-mail маркетинга. Стратегия сегментации.
12	Email-рассылки	Подготовка макета письма для массовой рассылки (новостной бюллетень, приглашение на мероприятие, поздравления с праздниками).
13	Баннерная реклама	Виды закупки и стоимость баннерной рекламы.

		Ретаргетинг. Проблема баннерной слепоты. CTR баннерной рекламы.
14	Баннерная реклама	Создание макета баннера для сайта в графических редакторах.
15	Видеоконференции как инструмент PR	Понятие «вебинар». Интернет-трансляции. Проведение в сети online-промоушенов.
16	Видеоконференции как инструмент PR	Преимущества использования видеоконференцсвязи. Программа и смета видеоконференции.
17	Организация продаж через Интернет	Планирование электронного бизнеса. Платежные системы.
18	Организация продаж через Интернет	Типы поведения посетителей Интернет-магазинов Достоинства и недостатки Интернет-магазинов с точки зрения потребителей.

#### 4.1.3 Лабораторные занятия не предусмотрены УП

#### 4.1.4 Самостоятельная работа студента

##### 4-й семестр

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Интернет как коммуникативное пространство для рекламы и PR	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
2	Характеристика глобальной сети как рекламной площадки	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
3	Вирусный маркетинг	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
4	Реклама и PR в социальных сетях и блогах	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
5	Создание сайтов в PR-деятельности	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
6	SEO-оптимизация	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции;

		подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
7	Аудит корпоративного веб-сайта	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации

### 5- й семестр

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Конструкторы сайтов	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
2	Медиарилейшнз в онлайн-среде	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
3	Медийная реклама в сети Интернет	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
4	Блоги в связях с общественностью	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
5	Контекстная реклама	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, подготовка к практическому занятию, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
6	Email-рассылки	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
7	Баннерная реклама	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу,

		выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
8	Видеоконференции как инструмент PR	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации
9	Организация продаж через Интернет	Ознакомление с нормативными документами; работа с конспектом лекции; подготовка к тестированию, подготовка к устному опросу, выполнение домашнего задания, подготовка к промежуточной аттестации

## 4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 4.2.1 Литература

1. Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и интернет-реклама : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова. — Москва : Инфра-Инженерия, 2018. — 248 с. — ISBN 978-5-9729-0202-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/78258.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Бердышев, С. Н. Секреты эффективной интернет-рекламы : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 121 с. — ISBN 978-5-394-01667-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/137769.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Матвеева, М. А. Реклама и PR-Интернет : методическое пособие / М. А. Матвеева, В. Н. Молибог. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2018. — 70 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86412.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4. Алашкин, П. А. Всё о рекламе и продвижении в Интернете / П. А. Алашкин ; под редакцией П. Суворовой. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 220 с. — ISBN 978-5-9614-1055-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86863.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

5. Чумиков, А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд (2-е издание) : учебное пособие для студентов вузов / А. Н. Чумиков. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 160 с. — ISBN 978-5-7567-0819-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/57080.html> (дата обращения: 04.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

### 4.2.2.Современные профессиональные базы данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

Таблица 4 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

№	Наименование СПБД
1.	ScienceDirect : полнотекстовая база данных : сайт / издательство Elsevier. – URL: <a href="https://www.sciencedirect.com/">https://www.sciencedirect.com/</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	SpringerNature : полнотекстовая база данных: сайт / Springer Nature Switzerland AG. Part of Springer Nature. – URL: <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. – Сочи, 2017 – . – URL: <a href="http://lib.sutr.ru/">http://lib.sutr.ru/</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Текст : электронный.
Наименование ИСС	
1.	КонсультантПлюс : справочно-правовая система: сайт / Компания «КонсультантПлюс». – Москва, 1997 – . – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.

#### 4.2.3 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Таблица 5 – Интернет-ресурсы и электронные информационные источники

№	Наименование Интернет-ресурсов и электронных информационных источников
1.	Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Эр Медиа». – Саратов, 2010 – . – URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Нексмедиа». – Москва : Директ-Медиа, 2001 – . – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&amp;view=main_ub">https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&amp;view=main_ub</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Образовательная платформа Юрайт : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 – . – URL: <a href="https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F">https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4.	Национальная электронная библиотека (НЭБ) : Федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ. – Москва, 2004 – . – Режим доступа: <a href="https://rusneb.ru">https://rusneb.ru</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.
5.	Polpred.com Обзор СМИ : электронно-библиотечная система : сайт / Г. Вачнадзе, ООО «ПОЛПРЕД Справочники». – Москва, 1997 – . – URL <a href="https://polpred.com/">https://polpred.com/</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
6.	eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 – . – URL: <a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
7.	КиберЛенинка : научная электронная библиотека открытого доступа : сайт. – Москва, 2014 – . – URL: <a href="https://cyberleninka.ru/">https://cyberleninka.ru/</a> (дата обращения: 04.03.2024). – Текст : электронный.

### **4.3 Текущая и промежуточная аттестации по дисциплине**

Для оценки сформированности компетенций разрабатываются оценочные средства по дисциплине.

Форма и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в фонде оценочных средств, который является отдельным документом.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- материалы для текущего контроля оценки знаний по дисциплине;
- материалы для промежуточного контроля оценки знаний по дисциплине;
- критерии оценивания;
- шкалы оценивания.

#### **Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации (зачет)**

1. Эволюция маркетинговых коммуникаций в digital-среде.
2. Использование технологий Web 2.0 и Web 3.0.
3. Создание и регистрация веб-сайта. Домен.
4. Структура корпоративного сайта. Понятие прототипа сайта.
5. Контент-маркетинг. Работа над текстами и страницами сайта.
6. Понятие релевантности сайта. Семантическое ядро сайта.
7. Оценка usability-параметров веб-сайта.
8. SEO. Алгоритм работы поисковой системы. Основные понятия.
9. Внешняя и внутренняя поисковая оптимизация сайта.
10. Понятие конверсии интернет-страницы. Измерение конверсии.
11. Каналы коммуникации в цифровом маркетинге.
12. Маркетинг в социальных сетях. Кросс-постинг.
13. SMM. Ведение сообществ в социальных сетях. Блоггинг.
14. Проведение маркетинговых исследований в Интернет.
15. Сбор маркетинговой информации методом онлайн-анкетирования.
16. Контент-маркетинг. Нативная реклама.

#### **Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации (экзамен)**

1. Сущность продающего сайта. Landing page (посадочная страница).
2. Автоворонки продаж. Механика и платформы.
3. Технологии лидогенерации. Понятия лида и лид-магнита.
4. Медиарилейшнз в эпоху онлайн-СМИ.
5. Медиапланирование в Интернет. Выбор рекламных носителей.
6. Основные форматы медийной рекламы в Интернете.
7. Rich-медиа как формат медийной рекламы.
8. E-mail маркетинг. Требование к составлению рассылок.
9. Чат-боты: типы, преимущества и недостатки применения.
10. Контекстная реклама в системах Яндекс.Директ.
11. Таргетированная реклама. Настройка таргетинга.
12. Реклама в мобильных приложениях. Messenger-маркетинг.
13. Показатели эффективности интернет-рекламы. Аналитика.
14. Интернет-маркетинг и электронный бизнес.

15. Геймификация как направление цифрового маркетинга.
16. Инструменты интернет-маркетинга.
17. Оценка эффективности рекламной кампании в Интернете.

**Примерные критерии оценивания результатов освоения дисциплины при проведении промежуточной аттестации:**

Нормы оценки знаний предполагают учёт индивидуальных особенностей обучающихся, дифференцированный подход к обучению, проверке знаний, умений, уровня формирования компетенций.

В устных и письменных ответах обучающихся при выполнении практических заданий и расчетов учитываются: глубина знаний, владение необходимыми умениями (в объеме программы), логичность изложения материала, включая обобщения, выводы, соблюдение норм литературной речи, владение навыками и приемами выполнения практических заданий, подтверждение сделанных при решении практических заданий выводов соответствующими нормативными документами, правильность расчета показателей, полнота и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

**Примерная шкала оценивания ответов обучающегося при проведении промежуточной аттестации по дисциплине (зачет):**

«**Зачтено**» выставляется обучающемуся, если он раскрыл вопросы полностью, продемонстрировал знание и понимание материала, высокий уровень обоснованности суждений, оригинальность мышления, свои суждения излагал логично, четко, понятно, обладает достаточно высоким уровнем речевой культуры, использует в рассуждениях профессиональную лексику

«**Не зачтено**» выставляется обучающемуся, если он раскрыл вопросы не полностью, продемонстрировал невысокий уровень понимания материала, суждения не обосновывает, демонстрирует ригидность мышления, свои суждения излагает сбивчиво, нечетко, уровень речевой культуры невысок, не использует в рассуждениях профессиональную лексику.

**Примерная шкала оценивания ответов обучающегося при проведении промежуточной аттестации по дисциплине (экзамен):**

Оценка «**отлично**» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, правильно и точно подтверждает сделанные при решении практических заданий выводы соответствующими нормативными документами, точно и правильно производит расчет показателей, демонстрирует полноту и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

Оценка «**хорошо**» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка «**удовлетворительно**» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, затрудняется подтвердить сделанные при решении практических заданий выводы хотя бы одним нормативным документом, допускает ошибки при

проведении расчетов показателей, неточно использует основные процедуры и действия в предложенном практическом задании.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

## **5 УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины**

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных и практических занятиях, усваивают и повторяют основные понятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки освоения ими учебных заданий, предусмотренных для самостоятельной отработки.

Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных форм работы, самостоятельной работы студентов.

#### **Методические рекомендации обучающимся по подготовке к лекционным занятиям (теоретический курс)**

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора); ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

#### **Методические рекомендации обучающимся по подготовке к практическим занятиям**

Внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному практическому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям; выпишите основные термины; ответьте на контрольные вопросы по занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов; уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до занятия) во время текущих консультаций преподавателя; готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы; рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения. Задания по изучению учебного материала по прочитанным лекциям в порядке подготовки к практическому занятию студенты должны получать от преподавателей, которые ведут эти формы занятий. Характер и количество задач, решаемых на практическом занятии, определяются преподавателем, ведущим занятия. Желательно, чтобы студент кратко законспектировал основные положения, самостоятельно приобрел навыки в решении поставленных вопросов.

#### **Методические рекомендации обучающимся по подготовке к выполнению домашнего задания**

Домашнее задание является средством проверки и оценки знаний по освоенному материалу, а также умений применять полученные знания для решения поставленных задач. Домашнее задание является текущим средством оценки знаний, умений, навыков обучающегося. Данный вид оценочного средства проводится письменно, путем ответов студентами на поставленные вопросы и задачи. В случае неудовлетворительной сдачи

задания разрешается переписать до промежуточной аттестации. Во время выполнения домашнего задания оценивается способность найти правильный ответ на поставленный вопрос, применять знания, умения, навыки, полученные в ходе лекций, лабораторных занятий. Показатели оценки результатов: качество уровня освоения учебного материала; умение использовать теоретические знания при выполнении практических задач или ответе на практико-ориентированные вопросы; обоснованность и четкость изложения ответа.

#### **Методические рекомендации обучающимся по изучению литературных источников**

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с литературой. В период изучения литературных источников необходимо вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями. При подготовке задания используйте рекомендуемые по данной теме учебники, техническую литературу, материалы электронно-библиотечных систем или другие Интернет-ресурсы. Внимательно прочитайте материал, по которому требуется составить конспект. Постарайтесь разобраться с непонятным материалом, в частности новыми терминами и понятиями. Кратко перескажите содержание изученного материала. Составьте план конспекта, акцентируя внимание на наиболее важные моменты текста. В соответствии с планом выпишите по каждому пункту несколько основных предложений, характеризующих ведущую мысль описываемого пункта плана. Показатели оценки результатов: краткое изложение (при конспектировании) основных теоретических положений темы; логичность изложения ответа; уровень понимания изученного материала.

#### **Методические рекомендации обучающимся по работе с конспектом лекций**

Просмотрите конспект сразу после занятий. Пометьте материал конспекта лекций, который вызывает затруднения для понимания. Попытайтесь найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь на текущей консультации или на ближайшей лекции за помощью к преподавателю. Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам

#### **Методические рекомендации обучающимся по подготовке к проведению обсуждения**

Обсуждение является одним из средств текущего контроля, рекомендуется использовать для проверки и оценивания знаний, умений и навыков обучающихся, полученных в ходе занятий по освоению определенной темы дисциплины. Обсуждение проводится устно в виде самостоятельного ответа обучающихся на вопросы преподавателя. Рекомендуется использовать данное средство оценки после завершения теоретической части. Данное средство позволяет оценить умение обучающихся устно изложить суть проблемы, применить теоретические междисциплинарные знания для анализа проблемы, сделать выводы и высказать собственную точку зрения по данному вопросу.

Во время обсуждения оценивается способность обучающихся правильно сформулировать ответ, умение выражать свою точку зрения по данному вопросу, ориентироваться в терминологии и применять полученные в ходе лекций и лабораторных занятий знания.

#### **Методические рекомендации студентам по подготовке к промежуточной аттестации (зачету, зачету с оценкой, экзамену)**

При подготовке к зачету, зачету с оценкой, экзамену следует руководствоваться РПД. Обучающийся должен иметь в виду, что некоторые вопросы, имеющиеся в программе, выносятся на самостоятельное изучение.

На *зачете, зачете с оценкой, экзамене* обучающийся должен показать знание содержания предмета, терминологии, умение свободно оперировать ею. При подготовке к ответу на *зачете, зачете с оценкой, экзамене* обучающемуся разрешено пользоваться рабочей программой дисциплины. Если обучающийся при ответе на вопросы затрудняется с самостоятельным изложением материала, преподаватель имеет право задать ему ряд вопросов, побуждающих и направляющих обучающегося к полному высказыванию по данной теме, в случае, если ответы на эти вопросы исчерпывают тему, оценка за ответ не снижается. Высказывания обучающихся должны соответствовать сути вопроса, быть логически выстроенными, доказательно раскрывать отношение отвечающего к излагаемой проблеме, выявлять личную точку зрения на использование тех или иных положений теоретического курса в практической работе.

Промежуточная аттестация может быть выставлена обучающемуся по результатам федерального интернет тестирования (ФЭПО, интернет тренажеры).

## **5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине**

Самостоятельная работа обучающегося является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы обучающихся осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя обучающемуся оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы;
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине, оценка выполненной контрольной и курсовой работы, проекта.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются (указать при наличии ниже перечисленных пунктов):

- наличие помещений для СРС;
- обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение;
- наличие раздаточного материала, комплектов индивидуальных заданий, учебно-методических материалов, тем рефератов со списком рекомендуемой литературы, рекомендаций по решению типовых задач, образцов отчетов о выполнении СРС и т.п.;
- обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы;

Самостоятельная работа по изучению дисциплины включает следующие виды работ: изучение материала, изложенного на лекции; изучение материала, вынесенного на лабораторные занятия; подготовка к лабораторным занятиям;

Основная задача самостоятельной работы — углубленное изучение разделов курса, нормативно-правовых документов в области гидравлики и теплотехники. Основу самостоятельной работы обучающегося составляет выполнение заданий по завершению изучения каждой темы курса. Самостоятельная работа обучающегося по изучению дисциплины включает несколько этапов, что позволит лучше усвоить пройденный материал.

Работу целесообразно начинать с изучения конспекта лекций и материала учебника, затем следует приступать к выполнению заданий. Формой отчётности являются устный опрос, обсуждение и тестирования.

Дисциплина должна быть обеспечена учебно-методической литературой в объеме, достаточном для проведения всех предусмотренных видов учебных занятий.

Каждый обучающийся по дисциплине должен быть обеспечен учебно-методической литературой.

### 5.3 Особенности преподавания дисциплины

В целях максимального усвоения дисциплины используются следующие технологии обучения:

- Лекция - учебное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

- Практическое занятие - совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем практического сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.

- Самостоятельная работа студента, предусматривает выполнение работы - задание, которое требует от студента воспроизведения и/или обработки полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей, как правило, творческого подхода.

- Преподавание дисциплины опирается на современный подход к обучению и ориентируется на внесение в процесс обучения новизны, обусловленной особенностями динамики развития жизни и деятельности, спецификой различных технологий обучения и потребностями личности, общества и государства в выработке у обучаемых социально полезных знаний, убеждений, черт и качеств характера, отношений и опыта поведения.

Проведение всех видов занятий при преподавании дисциплины, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможна с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

### 5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционные занятия: комплект электронных презентаций/слайдов, сопровождающих лекцию; аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук, звукоусиливающая аппаратура и т.д.); таблицы, графическая информация и т.д.

Практические занятия: комплект электронных презентаций/слайдов, сопровождающих лекцию; аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук, звукоусиливающая аппаратура и т.д.); таблицы, графическая информация и т.д.

Рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

При реализации дисциплины использовано следующее лицензионное программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 Home Basic.
- Kaspersky Endpoint Security
- LibreOffice – Бесплатное ПО
- Yandex Browser – Бесплатное ПО
- VLC (видеопроигрыватель)
- Microsoft Powerpoint Viewer

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС СГУ.

## **5.5 Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по дисциплине определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а так же с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype) , что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

**Приложение к рабочей программе дисциплины  
Интернет-реклама и PR**

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Бакалавриат

Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах

**АННОТАЦИЯ**

рабочей программы дисциплины

Интернет-реклама и PR

Дисциплина обязательной части учебного плана

форма обучения – очно-заочная

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	324/9
Цель изучения дисциплины	формирование целостной системы знаний об общих закономерностях и технологиях применения интернет-рекламы и PR, с использованием методов интернет-рекламы и PR при работе на различных сегментах рынка
Содержание дисциплины	Интернет как коммуникативное пространство для рекламы и PR. Характеристика глобальной сети как рекламной площадки. Вирусный маркетинг. Реклама и PR в социальных сетях и блогах. Создание сайтов в PR-деятельности. SEO-оптимизация. Аудит корпоративного веб-сайта. Конструкторы сайтов. Медиарилейшнз в онлайн-среде. Медийная реклама в сети Интернет. Блоги в связях с общественностью. Контекстная реклама. Email-рассылки. Баннерная реклама. Видеоконференции как инструмент PR. Организация продаж через Интернет
Формируемые компетенции (коды)	ОПК-1 ОПК-6
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-6.1 Демонстрирует знания принципов работы современных информационных технологий ОПК-6.2 Выбирает современные информационные технологии для решения задач профессиональной деятельности ОПК-6.3 Владеет навыками использования современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Основы копирайтинга Компьютерный дизайн и инфографика Разработка и технологии производства рекламного и PR продукта Иностранный язык профессиональный Информатика Научно-исследовательская работа
Образовательные технологии	Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: 1) чтение лекций; 2) проведение практических занятий 3) дистанционные образовательные технологии
Форма промежуточной аттестации	зачет, экзамен