

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«УДМУРТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФИЛИАЛ ФГБОУ ВО «УДГУ» В Г. ВОТКИНСКЕ

УТВЕРЖДАЮ»

Зам. директора по УМР



«23» марта 2023 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.Ч.М23 Технологии продвижения сайтов

Направление подготовки

**09.03.03 «Прикладная информатика»**

Квалификация выпускника

**БАКАЛАВР**


**Форма обучения – очная/заочная**


Воткинск 2023 г.

## Разработчик(и) рабочей программы дисциплины(модуля)


<b>ФИО</b>	<b>Ученая степень, звание, должность</b>	<b>Контактная информация (служебные E-mail и телефон)</b>
Раскин П.Н.	доцент	

## Экспертиза рабочей программы

<b>Второй уровень</b> (оценка качества содержания программы и применяемых педагогических технологий)		
<b>Наименование кафедры</b>	<b>№ протокола, дата</b>	<b>Подпись зав. кафедрой</b>
Кафедра информационных и инженерных технологий	№ 7 от 14.03.23	
<b>Выписка из решения</b> Качество содержания рабочей программы и педагогических технологий соответствует требованиям ФГОС. Рабочая программа рекомендована для использования в учебном процессе.		

<b>Третий уровень</b> (соответствие целям подготовки и учебному плану образовательной программы)		
<b>Научно-методический совет</b>	<b>№ протокола, дата</b>	<b>Подпись председателя НМС</b>
	№ 3 от 21.03.23	
<i>Утвердить рабочую программу на 2023/2024 учебный год</i>		

## Утверждение рабочей программы дисциплины

<b>должностное лицо</b> (ФИО директора, заместителя по учебной работе)	<b>подпись</b>
Бралгина Е.Н.	

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля).....	4
2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы.....	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной образовательной программы.....	5
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся .....	7
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества часов и видов учебных занятий.....	8
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы студентов по дисциплине (модулю).....	13
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) .....	18
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля).....	18
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) .....	22
10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю) .....	23
11. Особенности организации образовательного процесса по дисциплине (модулю) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	24

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО 3++ по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика утвержденного Приказом Минобрнауки РФ от 19.09.2017г., № 922

## **1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)**

Цели освоения дисциплины формирование у студентов представления о реализуемых задачах, современных инструментах планирования, реализации и оценки эффективности продвижения в сети Интернет.

Задачи дисциплины:

- понимание основных составляющих комплекса маркетинга в сети Интернет
- изучение инструментов и форматов продвижения в сети Интернет;
- анализ основных рекламные интернет-площадки
- изучение существующих методов реализации рекламных и PR-интернет-проектов;
- освоение этапов разработки маркетинговой стратегии, планирования и контроля в сети Интернет;

## **2. Место дисциплины (модуля) в структуре основной образовательной программы**

Дисциплина входит в часть ООП бакалавриата, формируемую участниками образовательных отношений. Дисциплина требует знаний объектно-ориентированного программирования, технологий программирования, баз данных, управления проектами, Электронного бизнеса.

Дисциплина адресована студентам четвертого года направления подготовки 09.03.03 Прикладная информатика, степень выпускника бакалавр.

Успешное освоение дисциплины продолжить изучение, Преддипломная практика, защита ВКР.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

После изучения дисциплины «Облачные технологии и сервисы» студент должен:

Ожидаемые результаты

Знать:

- Основные принципы и методы Интернет маркетинга;
- Основные методы продвижения в сети Интернет

Уметь:

- Самостоятельно и правильно выбирать инструменты продвижения в Сети

- Планировать и организовывать под контролем кампании и мероприятия по продвижению в сети Интернет

Владеть навыками

- Сбора, обработки, анализа данных для эффективной маркетинговой деятельности в сети Интернет

- Ведения рекламной и PR-кампании в сети Интернет

- Методами и средствами оценки эффективности продвижения в сети Интернет

### **3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной образовательной программы**

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) – это знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности. Планируемые результаты освоения образовательной программы – это формируемые дисциплиной (модулем) компетенции.

Освоение дисциплины (модуля) направлено на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ООП ВО по данному направлению подготовки/специальности:

Результаты освоения ООП ВО (компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)	
ПК-6. Способен принимать участие во внедрении экономических информационных систем	ПК-6.1 Использует нормативно-справочную документацию по внедрению информационной системы, правила организации приемо-сдаточных испытаний и сопровождения экономичес-	Знает: нормативно-справочную документацию по внедрению информационной системы, правила организации приемо-сдаточных испытаний и сопровождения экономической информационной системы	Уровень 1, 2,3

	<p>ческой информационной системы</p> <p>ПК-6.2 Создает пользовательскую документацию к информационной системе, выбирает и применяет средства обучения пользователей</p> <p>ПК-6.3 Проводит испытания информационной системы и ее опытную эксплуатацию</p>	<p>Умеет: Создавать пользовательскую документацию к информационной системе, выбирает и применяет средства обучения пользователей</p> <p>Имеет навыки: испытания информационной системы и ее опытную эксплуатацию</p>	<p>Уровень 1, 2,3</p> <p>Уровень 1, 2,3</p>
<p>ПК-7. Способен настраивать, эксплуатировать и сопровождать экономические информационные системы и сервисы</p>	<p>ПК-7.1 Понимает нормативно-справочную документацию на эксплуатацию и сопровождение информационной системы, использует разновидности информационных сервисов</p>	<p>Знает: нормативно-справочную документацию на эксплуатацию и сопровождение информационной системы, использует разновидности информационных сервисов</p>	<p>Уровень 1, 2,3</p>
	<p>ПК-7.2 Выбирает и настраивает информационные сервисы для решения прикладных задач предметной области</p>	<p>Умеет: Выбирать и настраивать информационные сервисы для решения прикладных задач предметной области</p>	<p>Уровень 1, 2,3</p>
	<p>ПК-7.3 Модифицирует информационное, программное и документационное обеспечение в ходе эксплуатации экономической информационной системы</p>	<p>Имеет навыки: Модифицирует информационное, программное и документационное обеспечение в ходе эксплуатации экономической информационной системы</p>	<p>Уровень 1, 2,3</p>
<p>ПК-9. Способен осуществлять ведение базы данных и поддержку информационного обеспечения решения прикладных задач экономики</p>	<p>ПК-9.1 Понимает принципы обновления, восстановления и защиты баз данных</p> <p>ПК-9.2 Контролирует целостность, со-</p>	<p>Знает: принципы обновления, восстановления и защиты баз данных</p> <p>Умеет: контролировать целостность, сохранность и достоверность</p>	<p>Уровень 1,2,3</p>

	<p>хранность и достоверность данных информационной базы</p> <p>ПК-9.3 Выполняет обновление, восстановление и перестройку структуры базы данных</p>	<p>данных информационной базы</p> <p>Владеет: навыками обновления, восстановления и перестройки структуры базы данных</p>	
--	--	---	--

\*Уровень 1 (**повышенный**) предполагает готовность решать практически задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении (соответствует оценке «**отлично**» при оценивании освоения компетенции.

\*\*Уровень 2 (**базовый**) позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам (соответствует оценке «**хорошо**» при оценивании освоения компетенции.

\*\*\*Уровень 3 (**пороговый**) дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач (соответствует оценке «**удовлетворительно**» при оценивании освоения компетенции.

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

Объем дисциплины	Всего часов	
	Очная форма обучения	Заочная (очно-заочная) форма обучения*
Общая трудоемкость, з.е./часов	4 /144	4/144
Контактная работа (всего), часов		
Аудиторная:	72	16
Лекции	36	6
Практические занятия		
Лабораторные занятия	36	10
Групповые и индивидуальные консультации		
Контрольная работа		
Зачет/экзамен	экзамен 8 семестр	экзамен 8 семестр
Внеаудиторная:		
Индивидуальные консультации		
иные формы		
В ЭИОС:		
Лекции		
Практические занятия		
Групповые и индивидуальные консультации		

Самостоятельная работа (всего), з.е./часов	41	115
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
Подготовка и написание курсовой работы		

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

Очная форма:

№ п/п	Разделы, темы дисциплины	Виды учебной работы (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости	Формируемые компетенции (код)
		Лек	Лаб.	Сам раб	КСР		
1	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.	4	4			Тестовое задание, устный опрос, консультации по курсовой работе	ПК-6, ПК-7, ПК-9
2	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). Применение BigData и технологий машинного обучения в работе. Принципы работы RTB.	4	4	5		Тестовое задание, устный опрос, консультации по курсовой работе	ПК-6, ПК-7, ПК-9
3	Тексты, контексты, PR. Особенности функционирования	4	4	5		Тестовое задание, устный опрос, консультации по курсовой работе	ПК-6, ПК-7, ПК-9



	интернет СМИ. Реклама / лонгриды / спецпроекты. Специальные метрики и инструменты контент анализа. Принципы работы SERM. Определение KPI и интерпретация результатов						
4	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	4	5		Тестовое задание, устный опрос, консультации по курсовой работе	ПК-6, ПК-7, ПК-9
5	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	4	6		Тестовое задание, устный опрос, консультации по курсовой работе	ПК-6, ПК-7, ПК-9
6	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.	4	4	5	2	Тестовое задание, устный опрос, консультации по курсовой работе	ПК-6, ПК-7, ПК-9

7	Игры. Игры, в роли особенного инструмента коммуникации. Мификация коммуникаций. Реклама в играх. PR в играх. Продактплейсмент в играх.	4	4			Тестовое задание, устный опрос, консультации по курсовой работе	ПК-6, ПК-7, ПК-9
8	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.	4		5		Тестовое задание, устный опрос, консультации по курсовой работе	ПК-6, ПК-7, ПК-9
9	Финансирование интернет проектов. Финансирование проектов посредством crowd коммуникаций. Электронные деньги, криптовалюты, блокчейн, ICO. dark web и принципы его работы. Правила безопасности работы в сети.	4	4	5	2	Тестовое задание, устный опрос, консультации по курсовой работе	ПК-6, ПК-7, ПК-9
	экзамен					8 сем	

## Заочная форма:

№ п/п	Разделы, темы дисциплины	Виды учебной работы (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости	Формируемые компетенции (код)
		Лек	Лаб.	Сам раб	КСР		
1	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.	0.6	1	12		Тестовое задание, устный опрос, консультации по курсовой работе	ПК-6, ПК-7, ПК-9
2	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). Применение BigData и технологий машинного обучения в работе. Принципы работы RTB.	0.6	1	12		Тестовое задание, устный опрос, консультации по курсовой работе	ПК-6, ПК-7, ПК-9
3	Тексты, контексты, PR. Особенности функционирования интернет СМИ. Реклама / лонгриды / спецпроекты. Специальные метрики и инструменты контент анализа. Принципы работы SERM. Определение KPI и интерпретация результатов	0.6	1	12		Тестовое задание, устный опрос, консультации по курсовой работе	ПК-6, ПК-7, ПК-9
4	Тексты, контексты, PR. Особенности функционирования	0.6	1	12		Тестовое задание, устный опрос, консультации по курсовой работе	ПК-6, ПК-7, ПК-9

	интернет СМИ. Реклама / лонгриды / спецпроекты. Специальные метрики и инструменты контент анализа. Принципы работы SERM. Определение KPI и интерпретация результатов						
5	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.	0.6	1	12		Тестовое задание, устный опрос, консультации по курсовой работе	ПК-6, ПК-7, ПК-9
6	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.	0.6	2	12	2	Тестовое задание, устный опрос, консультации по курсовой работе	ПК-6, ПК-7, ПК-9
7	Игры. Игры, в роли особенного инструмента коммуникации. Мификация коммуникаций. Реклама в играх. PR в играх. Продактплейсмент в играх.	1.2	2	12		Тестовое задание, устный опрос, консультации по курсовой работе	ПК-6, ПК-7, ПК-9
8	Мобильный сегмент. Структура участников рынка (операторы, «сторы», производи-	0.6		19		Тестовое задание, устный опрос, консультации по курсовой работе	ПК-6, ПК-7, ПК-9

	тели 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.						
9	Финансирование интернет проектов. Финансирование проектов посредством crowd коммуникаций. Электронные деньги, криптовалюты, блокчейн, ICO. dark web и принципы его работы. Правила безопасности работы в сети.	0.6	1	12	2	Тестовое задание, устный опрос, консультации по курсовой работе	ПК-6, ПК-7, ПК-9
	экзамен					8 сем	

## Содержание лекционного курса

См. таблицу с часами.

### 5.3. Планы лабораторного практикума

1. 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.

2. 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 техно логий машинного обучения в работе. Принципы работы RTB. Тексты, контексты, PR. Особенности функционирования интернет СМИ. Реклама / лонгриды / спецпроекты. Специальные метрики и инструменты контент анализа.

3. Принципы работы SERM.  
Определение KPI и интерпретация результатов  
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. 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. 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.

5. Игры. Игры, в роли особенного инструмента коммуникации. Мификация коммуникаций. Реклама

в играх. PR в играх. Продакт плейсмент в играх.

6. Мобильный сегмент. Структура участников рынка (операторы, «сторы», производители приложений). Механизмы формирования мобильной аудитории. Аналитика мобильной воронки продаж. Создание и продвижение мобильных решений.

7. Принципы монетизации приложений. Технологии отслеживания мобильного устройства в off-line. Функционирование мес сендзеров Telegram, WhatsApp, Viber. Создание и использование каналов / ботов. Особенности медийной и контекстной рекламы в мобильном сегменте. Особенности социальных медиа в мобильной среде.

8. Финансирование интернет проектов. Финансирование проектов посредством crowd коммуникаций. Электронные деньги, крипто валюты, блокчейн, ICO. dark web и принципы его работы. Правила безопасности работы в сети.

## 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы студентов по дисциплине (модулю)

Структура СРС (очная форма)

Код индикатора формируемой компетенции*	Тема*	Вид	Форма	Объем учебной работы (часов)	Учебно-методические материалы
ПК-6, ПК-7, ПК-9	Технологии виртуализации	Изучение материала, решение задач;	СРС без участия преподавателя		1,2,3
ПК-6, ПК-7, ПК-9	Архитектура облачных вычислений	Изучение материала, решение задач;	СРС без участия преподавателя	5	1,2,3
ПК-6, ПК-7, ПК-9	Web-службы в облаке	Изучение материала, решение задач;	СРС без участия преподавателя	5	1,2,3
ПК-6, ПК-7, ПК-9	Windows Azure SDK	Изучение материала, решение задач;	СРС без участия преподавателя	6	1,2,3

ПК-6, ПК-7, ПК-9	Azure Services Platform	Изучение материала, решение задач;	СРС без участия преподавателя	5	1,2,3
ПК-6, ПК-7, ПК-9	Microsoft .NET Services	Изучение материала, решение задач;	СРС без участия преподавателя	5	1,2,3
ПК-6, ПК-7, ПК-9	Облачные сервисы Microsoft	Изучение материала, решение задач;	СРС без участия преподавателя	5	1,2,3
ПК-6, ПК-7, ПК-9	Облачные сервисы Google	Изучение материала, решение задач;	СРС без участия преподавателя	5	1,2,3

### Структура СРС (заочная форма)

Код индикатора формируемой компетенции*	Тема*	Вид	Форма	Объем учебной работы (часов)	Учебно-методические материалы
ПК-6, ПК-7, ПК-9	Технологии виртуализации	Изучение материала, решение задач;	СРС без участия преподавателя	12	1,2,3
ПК-6, ПК-7, ПК-9	Архитектура облачных вычислений	Изучение материала, решение задач;	СРС без участия преподавателя	12	1,2,3
ПК-6, ПК-7, ПК-9	Web-службы в облаке	Изучение материала, решение задач;	СРС без участия преподавателя	12	1,2,3
ПК-6, ПК-7, ПК-9	Windows Azure SDK	Изучение материала, решение задач;	СРС без участия преподавателя	12	1,2,3
ПК-6, ПК-7, ПК-9	Azure Services Platform	Изучение материала, решение задач;	СРС без участия преподавателя	12	1,2,3
ПК-6, ПК-7, ПК-9	Microsoft .NET Services	Изучение материала, решение	СРС без участия преподавателя	12	1,2,3



		задач;			
ПК-6, ПК-7, ПК-9	Облачные сервисы Microsoft	Изучение материала, решение задач;	СРС без уча- стия препода- вателя	19	1,2,3
ПК-6, ПК-7, ПК-9	Облачные сервисы Google	Изучение материала, решение задач;	СРС без уча- стия препода- вателя	12	1,2,3

Виды СРС (выбираем и прописываем конкретный вид СРС):

подготовка к контрольной работе;  
подготовка к коллоквиуму;  
подготовка реферата, доклада;  
подготовка к деловым играм;  
решение задач;  
выполнение расчетно-графических работ;  
выполнение заданий в ЭИОС;  
написание курсовой работы.

По одной теме может быть несколько видов СРС.

Формы СРС (выбираем и прописываем конкретные формы СРС):

СРС (без участия преподавателя);

КСР (контроль самостоятельной работы студента).

\* Несколько индикаторов достижения компетенций могут реализовываться одной (или несколькими) темой (темами) СРС.

### Содержание СРС (по выбору преподавателя):

В учебном процессе, помимо чтения лекций, которые составляют 30% аудиторных занятий, широко используются активные и интерактивные формы (обсуждение отдельных разделов дисциплины, выполнение практических работ и домашних заданий). В сочетании с внеаудиторной работой это способствует формированию и развитию профессиональных навыков обучающихся.

Перечень обязательных видов работы студента:

- посещение лекционных занятий;
- ответы на теоретические вопросы;
- решение практических задач и заданий;
- выполнение домашних работ:

Методы обучения на лекционных занятиях включают использование средств мультимедийного представления информации (презентации, ролики, схемы, иллюстрации).

При изучении теоретического курса на лекциях предусматривается заложение материала в виде презентации. Отдельные лекции излагаются по проблемной технологии.

Некоторые разделы теоретического курса изучаются с использованием опережающей самостоятельной работы: студенты получают задания на ознакомление с новым материалом до его изложения на лекциях.

## **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

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. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **8.1. Рекомендуемая литература**

#### **8.1.1. 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

#### **8.1.2. 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 : электроннобиблиотечная система. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php>, ограниченный. – Загл. с экрана.

**8.2.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), необходимых для освоения дисциплины**

## Интернет-ресурсы:

1. <http://www.intuit>
2. <http://e-lib.uspu.ru/search.php>
3. <http://sbiblio.com/biblio/archive/>
4. <http://www.ph4s.ru/>

## Электронно-библиотечные системы:

1. Удмуртская научно-образовательная Электронная библиотека (УдНОЭБ) (<http://elibrary.udsu.ru/xmlui/>)
2. ЭБС «Издательство Лань» (<https://e.lanbook.com/>)
3. ЭБС «Юрайт» (<https://www.biblio-online.ru/>)

## 9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Обучение происходит в форме лекции, а также самостоятельной работы студентов. Теоретический материал излагается на лекциях. Причем конспект лекций, который остается у студента в результате прослушивания лекции не может заменить учебник. Его цель-формулировка основных утверждений и определений. Прослушав лекцию, полезно ознакомиться с более подробным изложением материала в учебнике. Список литературы разделен на две категории: необходимый для сдачи зачета минимум и дополнительная литература. Изучение курса подразумевает не только овладение теоретическим материалом, но и получение практических навыков для более глубокого понимания разделов на основе решения задач и упражнений, иллюстрирующих доказываемые теоретические положения, а также развитие абстрактного мышления и способности самостоятельно доказывать утверждения. Самостоятельная работа предполагает выполнение домашних работ. Практические задания, выполненные в аудитории, предназначены для указания общих методов решения задач определенного типа. Закрепить навыки можно лишь в результате самостоятельной работы. Кроме того, самостоятельная работа включает подготовку к экзамену. При подготовке к сдаче экзамена весь объем работы рекомендуется распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки к экзамену, контролировать каждый день выполнения работы. Лучше, если можно перевыполнить

план. Тогда будет резерв времени. Реализация данной дисциплины предполагает как очную, так и дистанционную форму обучения

*Прописать методические указания по всем видам учебных занятий, предусмотренных дисциплиной.*

*Можно дать ссылки на учебные пособия, методические материалы, лабораторные практикумы и т.п., разработанные преподавателем по данной дисциплине (модулю).*

*Не забыть прописать указания по написанию курсовых работ или сделать ссылку на методическое пособие/рекомендации, если они есть.*

*Для обучения с применением ЭО и ДОТ:*

*Указать какие темы предполагают применение ЭО и ДОТ, в какие сроки задания должны быть выполнены, предполагается индивидуальная работа или в микрогруппах, какие требования предъявляются к выполненным заданиям, на что обратить внимание при их выполнении.*

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

Материально-техническая база, необходимая для осуществления

На занятиях используются средства мультимедиа (чтение лекций с использованием слайд-презентаций, графических объектов, видео- аудио- материалов (через Интернет)), специализированных и офисных программ, баз данных (см. таблицу программного обеспечения). Преподаватель организует взаимодействие с обучающимися посредством электронной почты, компьютерного тестирования и локальной сети филиала. Также через электронную информационно-образовательную среду (ЭИОС) для студентов предусмотрена доступность рабочих программ и примерных фондов оценочных средств для любого участника учебного процесса, возможность консультирования обучающихся с преподавателем (проверка домашних заданий и т.д.) в любое время и в любой точке посредством сети Интернет (через электронную почту и социальные сети).

Требования к аудитории (помещению, местам) для проведения занятий: стандартно оборудованные лекционные аудитории, аудитории для проведения лекционных и практических занятий со специальным оборудованием (Компьютер преподавателя, видеопроекторы, экран настенный). Требования к специализированному оборудованию:

При проведении лабораторных занятий необходим компьютерный класс, оборудованный персональными компьютерами с выходом в интернет. Программное обеспечение – Microsoft Windows 7 или 10, Microsoft Office 2010, Visio, Microsoft Visual Studio 2019 Community, MySQL Workbench.

## **11. Особенности организации образовательного процесса по дисциплине (модулю) для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Реализация дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Для адаптации программы освоения дисциплины используются следующие методы:

- для лиц с нарушениями слуха используются методы визуализации информации (презентации, использование компьютера для передачи текстовой информации, интерактивная доска, участие сурдолога и др.)
- для лиц с нарушениями зрения используются такие методы, как увеличение текста и картинки (в программах Windows), программы-синтезаторы речи, в том числе в ЭБС, звукозаписывающие устройства (диктофоны), компьютеры с соответствующим программно-аппаратным обеспечением и портативные компьютеризированные устройства.

Для маломобильных групп населения имеется необходимое материально-техническое обеспечение (пандусы, оборудованные санитарные комнаты, кнопки вызова персонала, оборудованные аудитории для лекционных и практических занятий), возможно применение ассистивных технологий и средств.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.), при необходимости выделяется дополнительное время на подготовку и предоставляются необходимые технические средства.