

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЮРИДИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ



УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
В.В. Гошуляк
«*16*» *сентября* 2016 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.2.3 «Интернет-технологии в рекламе
и связях с общественностью»**

Направление подготовки – 42.03.01 «*Реклама и связи с общественностью*»

Квалификация (степень) выпускника – *Бакалавр*

Форма обучения – *очная, заочная*

Пенза, 2016

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения учебной дисциплины «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» являются изучение студентами теоретических основ интернет-технологий, позволяющих грамотно ориентироваться в вопросах организации рекламной и PR-деятельности в сети Интернет. Получение студентами практических навыков разработки рекламного продукта, распространяемого через сеть Интернет, умение планировать и реализовывать рекламные и PR-кампании в Интернет.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП БАКАЛАВРИАТА

Учебная дисциплина Б1.2.3 «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» относится к вариативной части учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», опирается на знания, полученные в ходе изучения курсов «Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью» (Б1.1.31), «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» (Б1.1.15) «Компьютерный дизайн» (Б1.2.4).

Компетенции приобретенные в ходе изучения «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» готовят студента к освоению следующих дисциплин: «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью» (Б1.1.28), «Продвижение в социальных медиа» (Б1.2.7), «Разработка и технологии производства рекламного продукта» (Б1.1.30), «Креативные технологии в рекламе» (Б1.2.8), «Рекламный дизайн» (Б1.2.6).

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

Коды компетенции	Наименование компетенции	Структурные элементы компетенции (в результате освоения дисциплины обучающийся должен знать, уметь, владеть)
1	2	3
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	Знать: основные методы, способы и средства организации и проведения рекламных и информационных кампаний в сети Интернет, основные критерии оценки эффективности интернет-рекламы
		Уметь: находить, анализировать, систематизировать текстовую, графическую, видео-информацию, анализировать поведение пользователей, делать выводы из данных статистики сайта или группы в социальной сети, применять методики оценки эффективности интернет-ресурса.
		Владеть: навыками подготовки информационных рекламных материалов для размещения в сети Интернет.

ПК-8	Способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	<p>Знать: основные методы, способы организации подготовки к выпуску, инструменты производства и распространения рекламной продукции в сети Интернет, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы</p>
		<p>Уметь: организовать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы</p>
		<p>Владеть: навыками организации подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции в глобальной сети, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.</p>

4. Структура и содержание дисциплины «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью»

4.1. Структура дисциплины

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Семестр	Недели семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)									Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)		
				Аудиторная работа				Самостоятельная работа					Проверка творческих заданий	Защита лабораторных работ	Проверка курсовой работы (проекта)
				Всего	Лекция	Практические занятия	Лабораторные занятия	Всего	Подготовка к ауд. занятиям	Рефераты, творческие задания	Курсовая работа (проект)	Подготовка к зачету			
1	Тема 1. Интернет как канал коммуникаций и инструмент рекламы и PR.	4	1	4	2		2								
2	Тема 2. Сайт как объект и субъект рекламы. Доменное имя сайта.	4	2-3	8	2	2	4	4	4					3	
3	Тема 3. Продвижение сайта в поисковых системах. SEO-копирайтинг.	4	4-7	14	4	4	6	6	4	2			6	7	
4	Тема 4 Основы создания анимации в программе VectorianGiotto.	4	7-17	22			22	6		6				17	
5	Тема 5 Рекламные носители в сети Интернет.	4	8-11	8	4	4		10	4	6			11		
6	Тема 6 Баннерная реклама.	4	12-13	4	2	2		4	2	2			13		
7	Тема 7 Рекламные и PR- кампании в сети Интернет.	4	14-17	8	3	5		10	6	4			17		
	Подготовка к зачету	4													
	Общая трудоемкость, в часах			68	17	17	34	40	20	20			Промежуточная аттестация		
												форма	семестр		
												зачет	4		

Заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплины	Семестр	Недели семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)									Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра)			
				Аудиторная работа				Самостоятельная работа					Проверка творческих заданий	Защита лабораторных работ	Проверка курсовой работы (проекта)	
				Всего	Лекция	Практические занятия	Лабораторные занятия	Всего	Самостоятельное изучение материала	Рефераты, творческие задания	Курсовая работа (проект)	Подготовка к зачету				
1	Тема 1. Интернет как канал коммуникаций и инструмент рекламы и PR.	4		1	1											
2	Тема 2. Сайт как объект и субъект рекламы. Доменное имя сайта.	4		3		1	2	10	10					+		
3	Тема 3. Продвижение сайта в поисковых системах. SEO-копирайтинг.	4		2	1	1		12	8	4			+	+		
4	Тема 4 Основы создания анимации в программе VectorianGiotto.	4		6			6	28	28					+		
5	Тема 5 Рекламные носители в сети Интернет.	4		1		1		20	14	6			+			
6	Тема 6 Баннерная реклама.	4		1	1			10	8	2			+			
7	Тема 7 Рекламные и PR- кампании в сети Интернет.	4		2	1	1		16	10	4			+			
	<i>Подготовка к зачету</i>	4														
	Общая трудоемкость, в часах			16	4	4	8	92	72	18			Промежуточная аттестация			
												форма зачет	семестр			
															4	

4.2. Содержание дисциплины

Тематика лекционного курса

Тема 1. Интернет как канал коммуникаций и инструмент рекламы и PR.

Компьютерные сети: основные понятия. Локальные сети и сети Intranet, глобальная информационная сеть Internet. Основные понятия Интернет-рекламы. Особенности рекламы в Интернет, этапы взаимодействия с аудиторией. Таргетинг.

Тема 2. Сайт как объект и субъект рекламы. Доменное имя сайта.

Виды сайтов. Основные этапы создания сайта. Цели и задачи сайта. Аудитория сайта и инструменты работы с ней. Анализ конкурентной среды в сети Интернет. Разработка структуры сайта. Организация контента сайта. Навигация сайта. Жизненный цикл сайта.

Понятие домена. Выбор и регистрация доменного имени сайта. Киберсквоттинг. Тайпсквоттинг.

Тема 3. Продвижение сайта в поисковых системах. Seo-копирайтинг.

Потоки посетителей на сайте. Обзор и сравнительный анализ поисковиков. Регистрация сайта в поисковых системах и каталогах. Принципы функционирования поисковых систем. Понятия зона видимости поисковой системы. Алгоритмы определения релевантности страницы. SEO-копирайтинг.

Тема 4. Рекламные носители в сети Интернет

Контекстная реклама. Реклама на форумах, досках объявлений, в чатах, социальных сетях, блогосфере. Взаимодействие с тематически близкими ресурсами. Обмен статьями. Вирусный маркетинг в Интернете. Размещение публикаций в сетевых СМИ. Размещение пресс-релизов. Он-лайн конференции. E-mail маркетинг.

Тема 5. Баннерная реклама

Понятие рекламного баннера в сети интернет. Виды баннеров, выполняемые ими функции. Современные формы баннерной рекламы: использование технологии анимации, аудио и видеосредств. Стандарты баннерной рекламы. «Первичный» и «вторичный» рынок размещения рекламы (платная и бесплатная реклама). Сети баннерного обмена (общие, тематические, региональные, специализированные). Оценка эффективности.

Тема 6. Рекламные и PR- кампании в сети Интернет.

Особенности планирования и реализации рекламных и PR-кампаний в сети Интернет. Проблема и методология оценки эффективности рекламных и PR-кампаний. Критерии эффективности рекламных кампаний. Пресс-клиппинг в Интернете. Продвижение сайта оф-лайн методами.

Тематика практических занятий

Тема 1. Доменное имя сайта.

Тема 2. SEO-копирайтинг.

Тема 3. Нестандартные рекламные носители в сети Интернет.

Тема 4. Баннерная реклама.

Тема 5. Рекламные и PR- кампании в сети Интернет.

План лабораторных работ

Лабораторная работа 1. Сравнительный анализ сайтов.

Лабораторная работа 2. Составление семантического ядра сайта.

Лабораторная работа 3. Основы работы с программой VectorianGiotto.

Лабораторная работа 4. Создание символов и анимации движения в программе VectorianGiotto.

Лабораторная работа 5. Работа с символами и создания анимации формы и по траектории в программе VectorianGiotto.

5. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО при реализации компетентного подхода предусматривается использование в учебном процессе разнообразных образовательных технологий:

1. Чтение лекций с использованием активных методов обучения (25% от общего количества занятий) и применением мультимедийных технологий: проблемная лекция, лекция-визуализация, лекция-беседа, лекция с разбором конкретных ситуаций.

2. Проведение лабораторных и практических занятий, в том числе в активных и интерактивных формах (50% от количества практических занятий).

К таким формам при изучении данного курса можно отнести:

- анализ и обсуждение примеров интернет-рекламы;
- решение проблемных ситуаций;
- выполнение практического задания в группах;
- дискуссия;
- мозговой штурм;
- коллективное решение творческих задач.

5.1 Особенности учебно-методического обеспечения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В целях реализации индивидуального подхода к обучению студентов, осуществляющих учебный процесс по собственной траектории в рамках индивидуального рабочего плана, изучение данной дисциплины базируется на следующих возможностях: обеспечение внеаудиторной работы со студентами в том числе в электронной образовательной среде с использованием соответствующего программного оборудования, дистанционных форм обучения, возможностей интернет-ресурсов, индивидуальных консультаций и т.д.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

Организация текущего контроля знаний студентов осуществляется следующими методами: выполнения домашних заданий, качественной оценки сообщений, докладов, защита лабораторных работ, выполнение практических заданий, зачет.

6.1 План самостоятельной работы студентов

по дисциплине «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью»

Неделя	Тема	Вид самостоятельной работы	Задание	Рекомендуемая литература	Кол-во час сам. работы
1		3		4	2
1-3	Тема 2. Сайт как объект и субъект рекламы. Доменное имя сайта.	Подготовка к практическим занятиям.	Подготовить сообщение, подобрать примеры по теме «Сайт как объект и субъект рекламы. Доменное имя сайта»	Интернет-источники. Список литературы	4/10
3-6	Тема 3. Продвижение сайта в поисковых системах. SEO-копирайтинг.	Подготовка к практическим занятиям. Творческое задание	Подготовить сообщение, подобрать примеры по теме SEO-копирайтинг». Написать текст статьи или новости на сайт.	Интернет-источники. Список литературы.	6/12
4-17	Тема 4 Основы создания анимации в программе VectorianGiotto.	Выполнение творческого задания.	Написать реферат Подготовить электронную презентацию по выполненным	Список литературы, Интернет-источники	6/28

			лабораторным работам.		
7-11	Тема 5. Рекламные носители в сети Интернет.	Подготовка к практическим занятиям. Творческое задание.	Составить каталог примеров рекламных материалов на тему: «Рекламные носители в сети Интернет». Написать сценарий для вирусного ролика по заданной преподавателем тематике.	Интернет-источники. Список литературы	10/14
12-13	Тема 6 Баннерная реклама.	Подготовка к практическим занятиям. Творческое задание.	Подготовить сообщение, подобрать примеры по теме «Баннерная реклама». Разработать макет баннера.	Интернет-источники. Список литературы	4/8
14-17	Тема 7 Рекламные и PR- кампании в сети Интернет.	Подготовка к практическому занятию.	Собрать информацию для разработки рекламной или PR- кампании в сети Интернет.	Список литературы, интернет-источники.	10/10
Всего					40 / 92 часов

6.2. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Самостоятельная работа студентов наряду с аудиторной представляет одну из форм учебного процесса и является существенной его частью. Она предназначена не только для овладения знаниями по определенным дисциплинам, но и для формирования навыков самостоятельной работы вообще, в учебной, научной и профессиональной деятельности, способности самостоятельно решать возникающие проблемы.

Самостоятельная работа выступает в формах анализа и обобщения студентом прочитанного на лекциях учебного материала, подготовки к лабораторным занятиям, проработки вопросов и тем, подготовки докладов, рефератов, устных сообщений, подготовка к участию в научно-практических конференциях, выполнение творческих заданий, оформление мультимедийных презентаций учебных разделов и тем, подбор и изучение литературных источников и др.

Самостоятельная работа проводится студентом в свободное от лекций и семинарских занятий время. В процессе самостоятельной работы закрепляются и совершенствуются умения и навыки студентов, более глубоко прорабатывается учебный материал, осмысливаются полученные на лекциях и семинарских занятиях знания. Самостоятельная работа является важным составным элементом будущей профессиональной деятельности студента.

Самостоятельная работа студентов в рамках данной дисциплины предусматривает следующие виды деятельности:

- подготовка к лабораторным работам;
- чтение специальной научной литературы – монографий, сборников статей, журнальных статей, иных публикаций, рекомендованных рабочей программой дисциплины, в том числе размещенных на Интернет-сайтах;
- поиск и знакомство с сайтами специализированных учреждений и организаций, получение сведений, необходимых для углубленного изучения отдельных аспектов темы, для подготовки к лабораторным занятиям;
- выполнение творческих заданий;
- составление письменных отчетов по результатам лабораторных работ и учебных исследований;
- подготовка к зачету.

Методические указания по выполнению творческих заданий.

Творческие задания – разнообразные работы научного, методического или учебно-практического характера. Творческие задания носят заведомо нестандартный характер и оцениваются в каждом случае индивидуально. Содержание творческого задания должно быть согласовано с преподавателем.

Выполнение домашнего творческого задания ориентированно на:

- развитие интеллектуальных способностей;
- повышение творческого потенциала студентов;
- развитие способностей к коллективному творчеству, организации исследовательской работы в тесном контакте с коллегами, построения межличностных отношений в группе;
- формирование комплекса универсальных (общекультурных) и профессиональных компетенций.

Творческое задание включает в себя следующие элементы исследовательской деятельности:

- поиск, анализ, структурирование и презентацию информации;
- исследовательскую работу (сбор, систематизацию и обобщение данных по актуальной проблеме) для дальнейшего участия в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах;
- анализ научных публикаций по определенной преподавателем теме.

Студенту целесообразно выделить в рамках выбранной темы проблемную зону, постараться самостоятельно ее изучить и творчески подойти к результатам представления полученных результатов.

Требования к написанию и оформлению творческого домашнего задания:

Работа выполняется на компьютере (гарнитура TimesNewRoman, шрифт 14) через 1,5 интервала с полями: верхнее, нижнее – 2; правое – 3; левое – 1,5. Отступ первой строки абзаца – 1,25. Сноски – постраничные. Должна быть нумерация страниц. Таблицы и рисунки встраиваются в текст работы. Объем работы, без учета приложений, не более 10 страниц. Значительное превышение установленного объема является недостатком работы и указывает на то, что студент не сумел отобрать и переработать необходимый материал.

Структура творческого задания

1. Титульный лист.
2. Форма задания.
3. Пояснительная записка.
4. Содержательная часть творческого домашнего задания.
5. Выводы.
6. Список использованной литературы.

Методические указания по подготовке рефератов.

Требования к оформлению рефератов

Рекомендуемый объем реферата от 15 до 20 страниц. В этом объеме учитываются титульный лист, содержание, введение, заключение и список литературы. Рекомендуемые объемы введения и заключения от 2 до 4 страниц. Приложения в указанный объем не входят.

К тексту реферата предъявляются следующие требования: материалы представляются в формате MicrosoftWord, шрифт - TimesNewRoman, кегль - 14, межстрочный интервал – полуторный, поля стандартные. Оформление списка литературы выполняется по ГОСТу 7.1-84 «Библиографическое описание документа». При необходимости делаются ссылки. Ссылки в тексте работы указываются в квадратных скобках: номер позиции списка и номер страницы (например: [9, с. 25]). Постраничные сноски не допускаются.

Заголовки «СОДЕРЖАНИЕ», «ВВЕДЕНИЕ», «РАЗДЕЛ», «ЗАКЛЮЧЕНИЕ», «ПРИЛОЖЕНИЯ» печатаются на новой странице прописными буквами без каких-либо выделений, подчеркиваний, в кавычки не заключаются. Точка в конце любого из указанных заголовков не ставится. Записываются наименования с абзацного отступа. Первая буква в наименовании раздела должна быть прописной, а остальные – строчные.

Наименование следующего за уже изложенным раздела (содержание, введение, раздел, заключение и т.д.) печатается на новой странице. Заголовки на новую страницу не выносятся и печатаются на той же странице, где помещено название раздела.

Заголовок не должен быть последней строкой на странице. Точка в конце заголовков разделов не ставится. Перенос слов в заголовках не допускается. Расстояние между последней строкой текста и последующим заголовком раздела должно равняться 3 межстрочным интервалам.

Расстояние между наименованием раздела и подраздела должно равняться 1,5 межстрочному интервалу, а расстояние от всех заголовков до текста должно равняться 3 межстрочным интервалам.

Все страницы реферата (включая приложения) нумеруются по порядку от титульного листа до последней страницы. Первой страницей считается титульный лист, но на нем цифра «1» не ставится, а на следующей странице (СОДЕРЖАНИЕ) проставляется цифра «2» и т.д. Порядковый номер печатается в середине нижнего поля страницы не ниже 15 мм от нижнего среза бумаги.

В содержании работы обязательно указываются страницы, на которых помещен материал введения, каждого раздела, заключения, приложений.

Таблицы, рисунки, приложения в работе должны носить тематические названия. Каждое приложение начинается с новой страницы с указанием наверху посередине листа слова «ПРИЛОЖЕНИЕ» (без кавычек). Если приложений несколько, то они обозначаются заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, кроме букв Ё, З, Й, О, Ч, Ъ, Ы, Ь.

Отпечатанный текст отчета необходимо тщательно выверить. Сроки сдачи реферата устанавливаются преподавателем в соответствии с календарным планом.

Структура реферата включает в себя:

- титульный лист;
- содержание по пунктам;
- введение (включая цели и задачи работы);
- основную часть;
- заключение;
- список источников и литературы.

Методические указания по подготовке презентаций.

При подготовке тематической презентации следует помнить, что существуют требования к созданию и предъявлению слайдов. Слайды в презентации должны быть простыми и не содержать более, чем семь строчек текста в каждом. Перегрузка текстом приводит к тому, что слайды становятся трудночитаемыми, особенно для тех, кто сидит далеко: это вызывает у людей разочарование и антипатию к докладчику или его выступлению.

1. Требования к тексту

- не пишите длинно;
- разбивайте текстовую информацию на слайды;
- используйте заголовки и подзаголовки;
- для повышения удобочитаемости используйте: форматирование, списки, подбор шрифтов.

2. Требования к фону

Рекомендуется использовать следующее сочетание цветов: синий на белом, черный на желтом, зеленый на белом, черный на белом, белый на синем, черный на красном.

3. Требования к иллюстрациям

- чем абстрактнее материал, тем действеннее иллюстрация.
- что можно изобразить, лучше не описывать словами.
- изображать то, что трудно или невозможно описать словами.
- используйте анимацию, как одно из эффективных средств привлечения внимания пользователя и управления им.
- используйте видеоинформацию, позволяющую в динамике демонстрировать информацию в режиме реального времени, что недоступно при традиционном обучении.

Структура презентации:

- титульный лист;
- цель и описание проекта;
- основное содержание (полученные результаты, разработанные материалы)
- вывод по проделанной работе.

6.3. Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов

Контроль освоения компетенций

№ п/п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
1	Текущий. Проверка сообщений/докладов	Тема 2. Сайт как объект и субъект рекламы. Доменное имя сайта. Тема 3. Продвижение сайта в поисковых системах. SEO-копирайтинг. Тема 5. Рекламные носители в сети Интернет. Тема 6. Баннерная реклама. Тема 7. Рекламные и PR- кампании в сети Интернет.	ОПК-6, ПК-8
2	Текущий. Проверка каталога примеров рекламных носителей в сети Интернет	Тема 5. Рекламные носители в сети Интернет. Тема 6. Баннерная реклама.	ОПК-6, ПК-8
3	Текущий. Проверка новости и статьи на сайт.	Тема 3. Продвижение сайта в поисковых системах. SEO-копирайтинг.	ОПК-6, ПК-8
4	Текущий. Проверка сценария вирусного ролика	Тема 6. Рекламные носители в сети Интернет.	ОПК-6, ПК-8
5	Текущий. Проверка плана рекламной кампании.	Тема 7. Рекламные и PR- кампании в сети Интернет.	ОПК-6, ПК-8
6	Текущий. Защита лабораторных работ	Тема 2. Сайт как объект и субъект рекламы. Доменное имя сайта. Тема 3. Продвижение сайта в	ОПК-6, ПК-8

		поисковых системах. SEO-копирайтинг. Тема 5. Баннерная реклама. Тема 4. Основы создания анимации в программе VectorianGiotto.	
7	Текущий. Защита реферата и презентации.	Тема 4. Основы создания анимации в программе VectorianGiotto.	ОПК-6, ПК-8

Примерные темы рефератов

1. Стили дизайна сайтов.
2. Нестандартная навигация на сайте.
3. Промо сайты. Задачи, функции, примеры.
4. Реклама в блогосфере.
5. Корпоративный блог.
6. Интернет СМИ.
7. Возможности использования в работе специалиста по рекламе и СО облачных технологий.
8. Баннеры-мини игры.
9. Неэтичные методы рекламы в сети Интернет.
10. Продвижение сайта методами оф-лайн.
11. Продвижение товара/услуги в сети Интернет, если нет сайта компании.
12. Запуск сайта как информационный повод.
13. Способы удержания целевой аудитории на сайте.
14. Интернет-магазин.
15. Проведение онлайн конференции.

Демонстрационный вариант творческого задания

Написать сценарий вирусного ролика для размещения в сети Интернет.
Хронометраж – 2-3 минуты.

Ролик должен вызывать эмоции, чтобы каждый просмотревший хотел им поделиться, и получил максимальное возможное количество просмотров.

Вводные данные:

- Бренд IMETEC – основан в 1974г., в Италии.
- Представленность в 42 странах.
- Более 100 патентов
- Доля рынка в Италии более 70%
- Дата масштабного входа на Российский рынок – 2016 год.
- ЦА – 30 % мужчины, 70 % женщины.
- Проведение программы предполагается только на территории РФ.
- Два продукта к продвижению:

1) ФенBellissimaRevolutionL11 11088. www.youtube.com/watch?v=n...

Ссылка на товар. www.amazon.it/Imetec-Bell...

Уникальная насадка фена закручивает воздушный поток и направляет его к корням, приподнимая их и не пересушивая кожу головы, функция ЭКО – экономит электроэнергию. При потреблении всего 1400 Вт, поток воздуха на выходе, как у полноценного фена с потреблением 2000 Вт.

2) ФенBellissima Professional Арт.11213.

Ссылканатовар. www.ozon.ru/context/detai... www.mediamarkt.ru/item/12...

Запатентованная передовая технология, сочетающая в себе профессиональный двигатель нового поколения с продолжительным сроком службы и эксклюзивную турбину DualFan (технология турбины с двойной лопастью). Очень высокая скорость выходящего воздуха (200 км/ч по сравнению со скоростью 95 км/ч традиционного фена с двигателем

переменного тока), что позволяет значительно сократить затраты времени на сушку и дает возможность использовать ультратонкую насадку-концентратор (всего 4,5 мм).

Необходимо самостоятельно выбрать продукт, формат ролика из предложенного перечня, и написать сценарий по любому из них. Три возможных типа роликов:

1 тип. Реальный отзыв. Нарезка эмоциональных отзывов реальных представителей ЦА с элементами юмора.

Пример: Тест-драйв Volkswagen Golf (Бачинский и Стиллавин). youtu.be/3AWjQQdEmcA

2 тип. Постановочный ролик, демонстрирующий основные фишки продукта в эпатажном формате.

Пример: Смартфонами Самсунг можно колоть орехи. Отлично показывает надежность телефона, и при этом привлекает внимание. youtu.be/6R3IYN-tevI

3 тип. Disruption ролик, с ненавязчивой интеграцией продукта, который хочется отправить друзьям.

Пример: Вызывает простые и понятные эмоции, про рекламу итальянского сыра во время санкций. youtu.be/02S06dG2clU

Примерные вопросы для подготовки к зачету

Вопросы для проверки уровня обученности «Знать»:

1. Контент сайта.
2. Доменное имя сайта.
3. Поисковые системы. Принципы функционирования.
4. Регистрация сайта в поисковой системе, каталоге.
5. Оптимизация под поисковые системы.
6. SEO-копирайтинг.
7. Контекстная реклама.
8. Интернет-новости. Виды. Структура. Требования написания интернет-новостей.
9. Баннерная реклама.
10. Размещение баннера в сети.
11. SMM.
12. Разработка SMM-стратегии.
13. PR-мероприятия в сети Интернет.
14. Рекламная и PR-компания в сети Интернет.

Вопросы для проверки уровня обученности «Уметь»:

1. Выделите и проанализируйте основные ошибки при создании доменного имени сайта компании.
2. Проанализируйте и оцените ценовые модели интернет-рекламы.
3. Структурируйте и оцените эффективность различных элементов системы навигации на сайте.
4. Оцените неэтичные методы продвижения сайта, «черную» оптимизацию.
5. Выделите основные преимущества и недостатки рекламы в рассылках отраслевых ресурсов.
6. Проанализируйте возможности рекламы в блогосфере.
7. Проанализируйте следующие виды интернет-рекламы: взаимодействие с тематически близкими ресурсами, обмен статьями.
8. Выделите основные преимущества и недостатки размещения сообщений в форумах и досках объявлений для продвижения компании.

9. Оцените оф-лайн методы раскрутки интернет-ресурса.
10. Структурируйте и оцените существующие бизнес-модели сайтов.
11. Проанализируйте современные инструменты работы с аудиторией сайта.
12. Выделите преимущества и недостатки вирусного маркетинга в Интернет.
13. Выделите перспективы развития нестандартных рекламных носителей.
14. Проанализируйте современные Интернет СМИ, выделите их преимущества и недостатки.
15. Структурируйте основные фазы взаимодействия пользователя с интернет рекламой.

Задания для проверки уровня обученности «Владеть»:

1. Осуществите реерайт предложенного текста.
2. Напишите статью, объемом 200 слов.
3. Проанализируйте и сравните тексты. Какой из них, на ваш взгляд, является более естественным и релевантным по заданным ключевым словам.
4. Определите плотность ключевых слов в текстах, используя формулу:
$$\text{Плотность} = (\text{кол-во слов в запросе} * \text{кол-во вхождений запроса}) / \text{объем текста} * 100 \%$$
5. Сравните предложенные тексты, определив плотность ключевых слов. В каком тексте содержится больше точных вхождений указанного поискового запроса? Какой из текстов вы посчитали бы более релевантным запросу и почему?
6. Создайте 10 заголовков продающего текста по предложенной теме. Выберите наилучший вариант и обоснуйте.
7. Предложите 4-5 вариантов доменного имени для сайта определенной сферы деятельности или тематики.
8. Напишите анонс (длина текста 500 знаков) проекта для размещения на сайте и в социальной сети.
9. Напишите мотивационный пост (длина текста 300 знаков) проекта для размещения на сайте и в социальной сети.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) Основная литература

1. Абдикеев Н. М. Интернет-технологии в экономике знаний: Учебник / Н.М. Абдикеев и др; Под науч. ред. Н.М. Абдикеева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 448 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование: Магистратура). (обложка) ISBN 978-5-16-009963-7 <http://znanium.com/bookread2.php?book=429094>
2. Алашкин, П. Всё о рекламе и продвижении в Интернете [Электронный ресурс] / Павел Алашкин. - М.: Альпина Паблишер, 2014. - 220 с. - ISBN 978-5-9614-1055-6. <http://znanium.com/bookread2.php?book=519015>
3. Чумиков, А. PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 [Электронный ресурс] / Александр Чумиков, Михаил Бочаров, Мария Тишкова. - М.: Альпина Паблишерз, 2014. - 132 с. - ISBN 978-5-9614-2051-7 <http://znanium.com/bookread2.php?book=518806>.

б) Дополнительная литература

4. Бугаев, Л. Мобильный маркетинг: Как зарядить свой бизнес в мобильном мире [Электронный ресурс] / Леонид Бугаев. - М.: Альпина Паблишер, 2014. - 214 с. ISBN 978-5-9614-2222-1. <http://znanium.com/bookread2.php?book=520650>
5. Винарский Я. С. Web-аппликации в Интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: Практ.пос. / Я.С.Винарский, Р.Д.Гутгарц - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015 - 269с.: 60x90 1/16 + (Доп.мат. znanium.com) - (Просто, кратко, быстро)(о) ISBN 9785-16-010065-4, 400 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=468977>
6. Васильев, Г. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете [Электронный ресурс] : учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Г. А. Васильев, Д. А. Забегалин. - М.: ЮНИТИДАНА, 2012. - 183 с. - ISBN 978-5-238-01346-6. <http://znanium.com/bookread2.php?book=396213>

в) Интернет-ресурсы

1. Информационный портал «Реклама. Маркетинг. PR. Sostav.ru»- <http://www.sostav.ru>
2. Интернет проект «Marketer.ru» Статьи про рекламу, маркетинг, publicrelations, интернет <http://www.marketer.ru>
3. Агентство интернет-рекламы AdRiver - <http://www.adriver.ru/>
4. Конкурентная разведка в интернете - <http://www.ci-razvedka.ru/>
5. Агентство Enter Media - <http://www.entermedia.ru/>
6. Статистика поисковых запросов Yandex - <http://wordstat.yandex.ru>
7. Инструмент подсказки ключевых слов Google – <https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal>
8. Агентство мобильного и инновационного маркетинга - <http://www.mobilemarketing.ru/>
9. Национальный Открытый Университет "ИНТУИТ" <https://www.intuit.ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью»

Для обеспечения курса «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» используются следующие материально-технические средства:

1. Для занятий лекционного и семинарского типа аудитории с комплектом учебной мебели, проектор и ноутбук для проведения различных видов занятий с использованием мультимедийных средств обучения. Для проведения лабораторных работ аудитории, оснащенные компьютерной техникой и ПО.
2. Для самостоятельной работы аудитории, оснащенные компьютерной техникой, с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в ЭИОС ПГУ.

3. Программное обеспечение:

лицензионное ПО:

- «MicrosoftWindows» (подписка DreamSpark / MicrosoftImagineStandart); регистрационный номер 00037 FFEBACF 8 FD7, договор № СД-130712001 от 12.07.2013;
- «MicrosoftOffice 2007» (подписка Eopen лицензия №63167487, лицензия №61853322 договор 2008г. бессрочный);
- «Антивирус Касперского» 2016-2017, регистрационный номер KL4863RAUFQ, договор № ХП – 567116 от 29.08.2016;
- «Антивирус Касперского» 2017-2018, регистрационный номер KL4863RAUFQ, договор № 030-17-223 от 22.11.2017;
- свободно распространяемое ПО: Open Office; Mozilla Fire-fox; Google Chrome; Adobe Acrobat Reader, редактор флеш-анимации VectorianGiotto

Рабочая программа дисциплины «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программу составили:
К.э.н., доцент
Старший преподаватель

 Е.С.Егорова
 Е.В.Мурунова

Настоящая программа не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.

Программа одобрена на заседании кафедры «ФСК»

Протокол № 1

от «31» августа 2016 года

Зав. кафедрой
д. филос. н., доцент



Н.В. Розенберг

Программа одобрена методической комиссией Юридического факультета

Протокол № 1

от «6» сентября 2016 года

Председатель методической комиссии
Юридического факультета

Г.Б. Романовский

**Сведения о переутверждении программы на очередной учебный год
и регистрации изменений**

Учебный год	Решение кафедры (№ протокола, дата, подпись зав. кафедрой)	Внесенные изменения	Номера листов (страниц)		
			замененных	новых	аннулированных
2017 2018	№1 от 31.08.2017 <i>Вульф</i>	обновлен список литературы	15		