

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Институт социально-философских наук и массовых коммуникаций
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по образовательной деятельности КФУ

 Е.А. Турилова

28 февраля 2025 г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины

Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. 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
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и): старший преподаватель, б/с Вяселев Р.И. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), rustem@insiderlab.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой 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-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
ПК-3	способен осуществлять коммуникационные кампании в виртуальном медиапространстве, организовывать присутствие в социальных сетях, форумах и блогах

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

- требования к текстам сайтов;
- типологию сайтов организаций;
- сервисы для проведения маркетинговых исследований в интернете;
- основы поисковой оптимизации;
- основные каналы рекламной коммуникации в интернете;
- основы SMM.

Должен уметь:

- составлять семантическое ядро сайта;
- создавать сайты на специальных конструкторах;
- проводить маркетинговые исследования в интернете;
- проводить рекламные кампании в интернете.

Должен владеть:

- навыками написания SEO-текстов, контекстных и таргетированных рекламных объявлений, текстов для e-mail рассылок;
- навыками настройки контекстных рекламных кампаний;
- навыками оценки эффективности рекламных кампаний в интернете.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.О.29 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью (Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью)" и относится к обязательной части ОПОП ВО.

Осваивается на 2 курсе в 3 семестре.

3. 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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных(ые) единиц(ы) на 144 часа(ов).

Контактная работа - 68 часа(ов), в том числе лекции - 34 часа(ов), практические занятия - 34 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 49 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 27 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: экзамен в 3 семестре.

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

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Се- местр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)						Само- стоя- тель- ная ра- бота
			Лекции, всего	Лекции в эл. форме	Практи- ческие занятия, всего	Практи- ческие в эл. форме	Лабора- торные работы, всего	Лабора- торные в эл. форме	
1.	Тема 1. Тема 1. Концептуальные основы интернет-коммуникаций	3	4	0	6	0	0	0	8
2.	Тема 2. Тема 2. Сайт организации	3	4	0	6	0	0	0	4
3.	Тема 3. Тема 3. Поисковая оптимизация	3	4	0	6	0	0	0	10
4.	Тема 4. Тема 4. Показатели эффективности в интернет-маркетинге	3	2	0	2	0	0	0	2
5.	Тема 5. Тема 5. Контекстная реклама	3	4	0	4	0	0	0	9
6.	Тема 6. Тема 6. E-mail-маркетинг	3	2	0	2	0	0	0	2
7.	Тема 7. Тема 7. Медиапланирование в интернете	3	2	0	4	0	0	0	6
8.	Тема 8. Тема 8. Управление репутацией в интернете	3	2	0	2	0	0	0	6
9.	Тема 9. Тема 9. Коммерческие мобильные приложения и их применение	3	2	0	0	0	0	0	
10.	Тема 10. Тема 10. Краудфандинг	3	2	0	0	0	0	0	
11.	Тема 11. Тема 11. Маркетплейсы	3	4	0	0	0	0	0	
12.	Тема 12. Тема 12. Инструменты оптимизации продаж	3	2	0	2	0	0	0	2
	Итого		34	0	34	0	0	0	49

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Тема 1. Концептуальные основы интернет-коммуникаций

Понятие интернет и его сущность. Механизм функционирования интернета. История развития интернет-коммуникаций. Cookie-файлы и их назначение. Понятие, сущность и компоненты интернет-маркетинга. Развитие интернет-маркетинга. Преимущества интернет-маркетинга перед offline-каналами. Инструменты продвижения в интернет-маркетинге

Тема 2. Тема 2. Сайт организации

Понятие, сущность и технология работы интернет-сайта. Механизм работы сайта (домен, хостинг, файл сайта и их взаимосвязь). Качественные характеристики сайта. Понятие контента и его принципы. Понятие юзабилити и его основные компоненты. Основные рекомендации к улучшению юзабилити. Виды интернет-сайтов. Виды корпоративных сайтов. Характеристика информационного корпоративного сайта. Характеристика сайта-визитки. Характеристика и назначение посадочной страницы. Требования к качественной посадочной странице. Характеристика интернет-магазина и требования к его качеству.

Тема 3. Тема 3. Поисковая оптимизация

Понятие, сущность и назначение поисковой оптимизации. Понятие и сущность семантического ядра и ключевых запросов. Их назначение. Классификация ключевых запросов. Факторы ранжирования сайтов в выдаче поисковой системы. Внутренние факторы ранжирования. Внешние факторы ранжирования. Методы внешней поисковой оптимизации сайта. Поведенческие факторы ранжирования

Тема 4. Тема 4. Показатели эффективности в интернет-маркетинге

Основные стратегии рекламы в интернете. BCG и лидогенерация. Стоимостные показатели эффективности интернет-рекламы. ROMI. LTV. Сущность воронки продаж и конверсии. Назначение воронки продаж. Конверсионные показатели интернет-рекламы. Виды источников трафика. Назначение и основные обозначения UTM-меток.

Тема 5. Контекстная реклама

Понятие, сущность и назначение контекстной рекламы. Преимущества контекстной рекламы

Виды контекстной рекламы. Характеристика основных сервисов для настройки контекстной рекламы. Этапы настройки контекстной рекламы. Синтаксические команды для уточнения ключевых запросов. Основы создания эффективных контекстных объявлений

Тема 6. E-mail-маркетинг

Понятие и сущность direct-маркетинга

Виды электронных писем в системе маркетинговых коммуникаций. Способы сбора базы данных e-mail-адресов. Критерии сегментации рассылок. Показатели эффективности в e-mail-маркетинге. Основы создания качественных рассылок. Оформление писем и заголовки. Способы обхода спам-фильтра.

Тема 7. Медиапланирование в интернете

Понятие, сущность и функции медиапланирования. Подготовительный этап медиапланирования. Постановка цели рекламной кампании. Отбор ключевых показателей эффективности. Этап разработки медиаплана. Подготовка и заполнение медиаплана.

Этапы контроля и оценки реализации медиаплана. Принятие решений на основе анализа полученных данных.

Тема 8. Управление репутацией в интернете

Понятие, сущность и назначение ORM. Основные направления управления репутацией в интернете. Этапы комплекса ORM. Способы нейтрализации негативных упоминаний. Удаление негативной информации. Вытеснение негативной информации. Инструменты "посева" позитивных упоминаний. Работа с отзывами. Программные методы работы с комментариями.

Тема 9. Коммерческие мобильные приложения и их применение

Понятие и сущность мобильного приложения. Виды коммерческих приложений. Этапы разработки и внедрения приложений. Способы продвижения мобильных приложений. Факторы вывода в топ в магазинах приложений. Монетизация мобильных приложений. Основные показатели эффективности продвижения мобильных приложений.

Тема 10. Краудфандинг

Краудфандинг, бэкер и пledж: понятие и сущность. Виды финансирования в краудфандинге. Виды вознаграждений бэкеров. Обязательные компоненты краудфандинговой кампании. Способы повышения доверия к краудфандинговой кампании. Специфика продвижения краудфандинговых кампаний на различных интернет-площадках.

Тема 11. Маркетплейсы

Понятие, сущность и виды электронных торговых площадок. Типы маркетплейсов. Преимущества и недостатки организации продаж на маркетплейсах. Этапы работы с маркетплейсами. Условия работы на маркетплейсах. Заполнение карточек товаров на маркетплейсах. Продвижение товаров на торговых площадках. Работа с отзывами.

Тема 12. Инструменты оптимизации продаж

Инструменты оптимизации продаж в системе интернет-маркетинга. Понятие, сущность и назначение CRM-системы. Функции CRM-системы. Понятие, сущность и механизм работы систем колл-трекинга. Функции и возможности систем колл-трекинга. Онлайн-консультанты и чат-боты. Особенности и сферы применения. Функции и механизм работы сервисов обратного звонка

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

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 6 апреля 2021 года №245)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-99бин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;
- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Время рекламы: теория и практика рекламы, средства массовой информации, РА - <http://advtime.ru/news/radio/2005/09/23097.html>

Дело. Медиапланирование: теория рекламы. - <http://frolovd.narod.ru/mp/mediap2.htm>

Индустрия рекламы: исследования рынка, медиаизмерения и социологические исследования. - <http://www.socismr.com>

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

Вид работ	Методические рекомендации
лекции	В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	В начале занятия студенты под руководством преподавателя более глубоко осмысливают теоретические положения по теме занятия, раскрывают и объясняют основные положения публичного выступления. В процессе творческого обсуждения и дискуссии вырабатываются умения и навыки использовать приобретенные знания для различного рода ораторской деятельности. Записи имеют первостепенное значение для самостоятельной работы студентов. Они помогают понять построение изучаемого материала, выделить основные положения, проследить их логику и тем самым проникнуть в творческую лабораторию автора. Ведение записей способствует превращению чтения в активный процесс, мобилизует, наряду со зрительной, и моторную память. Следует помнить: у студента, систематически ведущего записи, создается свой индивидуальный фонд подсобных материалов для быстрого повторения прочитанного, для мобилизации накопленных знаний. Особенно важны и полезны записи тогда, когда в них находят отражение мысли, возникшие при самостоятельной работе. Важно развивать у студентов умение сопоставлять источники, продумывать изучаемый материал. Большое значение имеет совершенствование навыков конспектирования у студентов. Преподаватель может рекомендовать студентам следующие основные формы записи: план (простой и развернутый), выписки, тезисы. Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах. План - это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект. Конспект - это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов: - План-конспект - это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении. - Текстуальный конспект - это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.
самостоятельная работа	Эти методические рекомендации раскрывают рекомендуемый режим и характер различных видов учебной работы (в том числе самостоятельной работы над рекомендованной литературой) с учетом специфики выбранной студентом очной формы. Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, особое внимание, уделяя целям и задачам, структуре и содержанию курса. Студентам рекомендуется получить в Библиотечно-информационном центре института учебную литературу по дисциплине, необходимую для эффективной работы на всех видах аудиторных занятий, а также для самостоятельной работы по изучению дисциплины. Успешное освоение курса предполагает активное, творческое участие студента путем планомерной, повседневной работы.
экзамен	Экзамен - важный этап в учебном процессе, имеющий целью проверку знаний, выявление умений применять полученные знания к решению практических задач. Как подготовка к нему, так и сам - форма активизации и систематизации полученных знаний, их углубления и закрепления. В ходе экзамена студент должен быть готов к ответу на дополнительные вопросы, к решению задач в рамках проблематики билета. На зачете студент должен четко и ясно формулировать ответ на вопрос билета; ответ необходимо проиллюстрировать конкретной практической информацией. Студент должен глубоко разбираться во всем круге вопросов по получаемой специальности.

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

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

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

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты:

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ.

Учебные аудитории для контактной работы с преподавателем, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья).

Компьютер и принтер для распечатки раздаточных материалов.

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;
- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
- продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
- продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" и профилю подготовки "Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью".

Приложение 2
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.29 Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Основная литература:

1. Гуриков, С. Р. Интернет-технологии : учебное пособие / С.Р. Гуриков. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : ИНФРА-М, 2024. - 174 с. - (Высшее образование). - DOI 10.12737/1044018. - ISBN 978-5-16-019834-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2137802> (дата обращения: 22.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
2. Калиногорский, Н. А. Основы практического применения интернет-технологий : учебное пособие / Н. А. Калиногорский. - 3-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2020. - 182 с. - ISBN 978-5-9765-2302-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1142475> (дата обращения: 22.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
3. Устюжанина, Д. А. Интернет-журналистика : учебное пособие / Д. А. Устюжанина. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2019. - 120 с. - ISBN 978-5-7638-3995-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1816615> (дата обращения: 22.01.2025). - Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература:

1. Современные мультимедийные информационные технологии : учебное пособие по дисциплине 'Информатика', для студентов первого курса специальностей 10.03.01 и 10.05.02. / А. П. Алексеев, А. Р. Ванютин, И. А. Королькова [и др.]. - Москва : СОЛОН-Пресс, 2020. - 108 с. - ISBN 978-5-91359-219-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1858804> (дата обращения: 22.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
2. Васильев, Г.А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 'Маркетинг', 080301 'Коммерция (торговое дело)' / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 183 с. - ISBN 978-5-238-01346-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028903> (дата обращения: 22.01.2025). - Режим доступа: по подписке.
3. Велижанин, Н. YouTube для вашего бизнеса: пошаговый план создания и развития YouTube-канала : практическое руководство / Н. Велижанин. - Москва : Альпина Паблишер, 2022. - 261 с. - ISBN 978-5-9614-7514-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2138166> (дата обращения: 22.01.2025). - Режим доступа: по подписке.

*Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.29 Интернет-коммуникации в рекламе и связях с
общественностью*

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая
перечень программного обеспечения и информационных справочных систем**

Направление подготовки: 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Креативные технологии и цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2025

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

Операционная система Microsoft Windows 7 Профессиональная или Windows XP (Volume License)

Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365 или Microsoft Office Professional plus 2010

Браузер Mozilla Firefox

Браузер Google Chrome

Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, учебно-методические комплексы, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования (ФГОС ВО) нового поколения.