

Документ подписан простой электронной подписью Информация о владельце: ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич Должность: Ректор	МИНОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)	
Дата подписания: 06.07.2025 15:46:57 Уникальный программный ключ: 04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8722727	Рабочая программа дисциплины "Реклама и PR в интернете" по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью" направленности (профилю) Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»	стр. 1

## Рабочая программа дисциплины (модуля)\*

Реклама и PR в интернете

Направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности

Присваиваемая квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

очная

Год(ы) набора 2025-2026

\*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Челябинск 2025 г.





## Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)
4. Объем дисциплины (модуля)
5. Структура и содержание дисциплины (модуля)
6. Фонд оценочных средств
  - 6.1. Перечень видов оценочных средств
  - 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации
  - 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации
  - 6.4. Критерии оценивания
7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
  - 7.1. Рекомендуемая литература
  - 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
  - 7.3. Перечень информационных технологий
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Специальные условия освоения дисциплины обучающимися с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья



### 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели дисциплины «Реклама и PR в интернете» – сформировать у студента представления о принципах распространения медиаконтента в сети, ключевых особенностях построения коммуникативных цепочек в интернете и технологий продвижения журналистских материалов.

Цель предполагает ряд конкретных задач курса:

- изучение ведущих подходов и принципов распространения медиаконтента;
- усвоение сведений о наиболее важных площадках, используемых для распространения контента;
- анализ проблемных вопросов в сфере продвижения журналистских материалов в сети.

Результаты обучения по дисциплине направлены на достижение индикаторов:

УК-2.1. Демонстрирует знание теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами.

УК-2.2. Выявляет и анализирует различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументирует их выбор.

УК-2.3. Демонстрирует способность проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений

ПК-1.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-1.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

ПК-1.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

ПК-1.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Цикл (раздел) ОПОП: Б1.В.01

#### 2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Успешное освоение дисциплин, развивающих компетенции, связанные с пониманием информационного пространства и места журналистики в нем.

Цифровые коммуникации

Теория и практика связей с общественностью

Теория и практика рекламы

Цифровые коммуникации

Теория и практика связей с общественностью

Теория и практика рекламы

#### 2.2 Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Дисциплина "Реклама и PR в интернете" связана с параллельным изучением специфики средств массовой информации, в первую очередь, в рамках таких курсов, как Коммуникационный продукт в Интернете

Цифровые коммуникации

Организация и проведение коммуникационных кампаний

Коммуникационный продукт в Интернете

Цифровые коммуникации

Организация и проведение коммуникационных кампаний

### 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**УК-2: Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений**

**Знать:**



Рабочая программа дисциплины "Реклама и PR в интернете" по направлению подготовки (специальности)  
42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" направленности (профилю) Дизайн коммуникационного  
продукта в различных сферах деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 4

Для достижения УК-2.1.:

Знать теоретические основы принятия решений в сфере управления проектами.

Для достижения УК-2.2.:

Знать правила выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора.

Для достижения УК-2.3.:

Знать особенности проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.

**Уметь:**

Для достижения УК-2.1.:

Уметь работать с теоретическими основами принятия решений в сфере управления проектами.

Для достижения УК-2.2.:

Уметь выявлять и анализировать различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументировать их выбор.

Для достижения УК-2.3.:

Уметь проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.

**Владеть:**

Для достижения УК-2.1.:

Владеть навыками использования теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами.

Для достижения УК-2.2.:

Владеть навыками выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора.

Для достижения УК-2.3.:

Владеть навыками проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.

**ПК-1: Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта**

**Знать:**

Для достижения ПК-1.1.:

Знать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью

Для достижения ПК-1.2.:

Знать специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

Для достижения ПК-1.3.:

Знать основы создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Для достижения ПК-1.4.:

Знать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде

**Уметь:**

Для достижения ПК-1.1.:

Уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью

Для достижения ПК-1.2.:

Уметь применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта при создании информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью

Для достижения ПК-1.3.:

Уметь отбирать материал для сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Для достижения ПК-1.4.:

Уметь подбирать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде

**Владеть:**

Для достижения ПК-1.1.:

Владеть навыками определения специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью

Для достижения ПК-1.2.:

Владеть навыками создания информационных поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью



Для достижения ПК-1.3.:

Владеть навыками проведения специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Для достижения ПК-1.4.:

Владеть навыками трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде

### В результате освоения дисциплины обучающийся должен

<b>3.1</b>	<b>Знать:</b>
3.1.1	Знать теоретические основы принятия решений в сфере управления проектами.
3.1.2	Знать правила выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора.
3.1.3	Знать особенности проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.
3.1.4	Знать специфику каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью
3.1.5	Знать специфику информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
3.1.6	Знать основы создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
3.1.7	Знать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде
<b>3.2</b>	<b>Уметь:</b>
3.2.1	Уметь работать с теоретическими основами принятия решений в сфере управления проектами.
3.2.2	Уметь выявлять и анализировать различные способы решения задач в рамках цели проекта и аргументировать их выбор.
3.2.3	Уметь проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.
3.2.4	Уметь создавать тексты рекламы и связей с общественностью
3.2.5	Уметь применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта при создании информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
3.2.6	Уметь отбирать материал для сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
3.2.7	Уметь подбирать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде
<b>3.3</b>	<b>Владеть:</b>
3.3.1	Владеть навыками использования теоретических основ принятия решений в сфере управления проектами.
3.3.2	Владеть навыками выявления и анализа различных способов решения задач в рамках цели проекта и аргументации их выбора.
3.3.3	Владеть навыками проектирования решения конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.
3.3.4	Владеть навыками определения специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта при создании текстов рекламы и связей с общественностью
3.3.5	Владеть навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
3.3.6	Владеть навыками проведения специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
3.3.7	Владеть навыками трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн- и онлайн-среде
3.3.8	



#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

<b>Общая трудоемкость</b>	<b>2 ЗЕТ</b>
Часов по учебному плану : 72 в том числе : аудиторные занятия : 34 самостоятельная работа : 34,5 : контактная работа: 37,5 ИКР: 3,5	Виды контроля в семестрах:  зачеты 4

#### 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Литература
	<b>Раздел 1. Платформы продвижения журналистского текста в сети</b>			
1.1	Стандартные платформы продвижения контента в сети /Пр/	4	2	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.2	Реферальный трафик и продвижение через новостные агрегаторы /ИКР/	4	3,5	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.3	Продвижение контента через нестандартные платформы /Пр/	4	2	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.4	Продвижение контента на ненативных площадках /Пр/	4	3	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.5	Продвижение на социальных платформах /Пр/	4	4	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.6	Стандартные платформы продвижения контента в сети /Ср/	4	6	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.7	Реферальный трафик и продвижение через новостные агрегаторы /Ср/	4	6	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
1.8	Продвижение контента через нестандартные платформы /Ср/	4	6	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
	<b>Раздел 2. Технологии продвижения журналистского текста в сети</b>			
2.1	Технологии лендингового продвижения /Пр/	4	3	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.2	Продвижение вирусного контента /Пр/	4	2	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.3	Продвижение через нецелевую аудиторию /Пр/	4	6	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.4	Технологии автоматизированного продвижения контента в сети /Пр/	4	6	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5



2.5	Стратегии продвижения контента для различной целевой аудитории /Пр/	4	6	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.6	Технологии лендингового продвижения /Ср/	4	6	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.7	Продвижение вирального контента /Ср/	4	8	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5
2.8	Продвижение через нецелевую аудиторию /Ср/	4	2,5	Л1.1Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Э1 Э2 Э3 Э4 Э5

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 6.1. Перечень видов оценочных средств

Тестовые задания 1-15

Вопросы к зачету 1-18

### 6.2. Типовые контрольные задания и иные материалы для текущей аттестации

Тестовые задания

1 Какой контент может продвигаться в сети, если целью продвижения является реферальный трафик:

- а) интервью
- б) краткие новости
- в) аналитические материалы

2 Как неvirальный контент может быть преобразован в виральный:

- а) с помощью увеличения объема текста
- б) с помощью включения статистических данных
- в) с помощью мемификации контента

3 Где лучше всего продвигать видео, с оговорившимся в интервью политиком:

- а) на лендингах
- б) в социальных сетях
- в) в агрегаторах новостей

4 В каком случае для продвижения контента может быть полезна работа с мусорным трафиком:

- а) мусорный трафик составляет основную долю вашей аудитории
- б) мусорный трафик направлен на актуальные для вашего ресурса публикации
- в) вы можете выявить тематические интересы аудитории, пришедшей по каналам мусорного трафика

5 Вам нужно продвинуть в интернет-пространстве новость, которая пока не имеет официального подтверждения. На какой площадке это лучше всего сделать:

- а) telegram
- б) youtube
- в) smart TV

6 Что является наименее важным фактором при продвижении аналитического текста на лояльную (постоянную) аудиторию:

- а) качество контента
- б) удобство формата контента
- в) скорость публикации контента

7 Какой параметр не является необходимым при продвижении журналистского текста в агрегаторах новостей:

- а) заголовок с глагольной формой
- б) лидер-абзац, дополняющий заголовок
- в) абзац с основными выводами по сюжету

8 Какой из сервисов не используется при продвижении журналистских текстов на русском языке:

- а) Yandex News
- б) Yahoo News
- в) Google News

9 Что принято относить к случайной виральности:

- а) контент, ненамеренно превратившийся в мем



- б) контент, созданный для продвижения в соцсетях  
в) контент, созданный для продвижения на форумах  
10 Что не входит в уровни SEO-продвижения журналистского текста в интернет-пространстве:  
а) простой текст  
б) графическое оформление текста  
в) структура кода целевой страницы  
11 Поясните суть технологии клоакинга как инструмента продвижения журналистского текста  
12 Назовите алгоритм Google, понижающий рейтинги сайтов, которые размещают на своих страницах неуникальные (скопированные) материалы  
13 Что в продвижении журналистских текстов в интернете принято называть «вечным виральным контентом»  
14 В какой части журналистского текста должны присутствовать ключевые слова, чтобы текст можно было успешно продвигать в агрегаторах новостей  
15 Назовите контент, который практически невозможно продвигать в интернет-пространстве: К такому контенту могут быть отнесены любые малоинтересные официальные публикации (например, официальные встречи чиновником местного уровня, заседания в муниципалитетах и так далее).

### 6.3. Типовые контрольные вопросы и задания для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету:

1. Продвижение в агрегаторах: общая характеристика
2. Ненативные площадки продвижения контента в сети
3. Платформы продвижения журналистского текста в сети: общая характеристика
4. Технологии продвижения журналистского текста в сети: общая характеристика
5. Продвижение на социальных платформах: общая характеристика
6. Стандартные платформы продвижения контента в сети
7. Нестандартные платформы продвижения контента в сети
8. Технологии лендингового продвижения
9. Продвижение вирального контента: общая характеристика
10. Продвижение контента через нецелевую аудиторию
11. Технологии автоматизированного продвижения контента в сети
12. Стратегии продвижения контента для различной целевой аудитории
13. Инструменты оценки эффективности продвижения контента в сети
14. Подготовка вирального контента для продвижения: основные принципы
15. Продвижение контента через целевую аудиторию: общая характеристика
16. Продвижение контента на нативных площадках
17. Стратегии продвижения контента на различных социальных платформах
18. Принципы продвижения медиаконтента различных жанров: основные особенности

### 6.4. Критерии оценивания

Итоговый зачет проводится в присутствии преподавателя и предполагает письменный развернутый, полный ответ на теоретические вопросы. Вопросы составляют с учётом материала, пройденного как на лекционных занятиях, так и на практических занятиях. Время, отводимое на выполнение итоговой работы, 40 минут.

Во время текущей аттестации студент может получить до 60 баллов (посещение занятий, активность во время практических/лабораторных занятий, выполнение заданий). Если студент не набрал 30 баллов за время семестра, то ему предоставляется возможность перед зачетом предоставить выполненные работы и ответить на вопросы пропущенных занятий

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации. Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации:

- 0-49 баллов – «неудовлетворительно» (2): низкий уровень сформированности компетенций;  
50-69 баллов – «удовлетворительно» (3): базовый уровень сформированности компетенций;  
70-90 баллов – «хорошо» (4): средний уровень сформированности компетенций;  
91-100 баллов – «отлично» (5) : высокий уровень сформированности компетенций.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их



индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены ЧелГУ или могут использоваться собственные технические средства.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме);

б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом);

в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, с использованием услуг ассистента, устно; используется голосовой мессенджер для записи ответа студента).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Уровни сформированности компетенций определяются следующим образом:

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке «отлично»:

- предполагает готовность применять полученные знания в ситуациях, связанных с содержанием дисциплины;

- обучающийся способен аргументировать собственную точку зрения при постановке профессиональных задач;

- обучающийся демонстрирует способность вычленять заданный компонент проблем и задач, опираясь на самостоятельно проведенный поиск информации.

2. Средний уровень соответствует оценке «хорошо»:

- обучающийся освоил знания, связанные с содержанием дисциплины;

- обучающийся способен аргументировать собственную точку зрения при постановке профессиональных задач;

- обучающийся демонстрирует способность вычленять заданный компонент проблем и задач, хотя и может затрудняться в самостоятельном поиске информации.

3. Базовый уровень соответствует оценке «удовлетворительно»:

- обучающийся способен аргументировать собственную точку зрения при постановке профессиональных задач, но такая аргументация отличается неполнотой и может быть затруднена;

- обучающийся демонстрирует способность вычленять заданный компонент проблем и задач, но не может дать развернутое обоснование этого компонента; поиск информации проводит поверхностно.

4. Низкий уровень соответствует оценке «неудовлетворительно»; компетенции не сформированы и не проявлены.

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 7.1. Рекомендуемая литература

#### 7.1.1. Основная литература



	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л1.1	Уланова М. А.	Интернет-журналистика: Практическое руководство ( <a href="https://e.lanbook.com/book/97231">https://e.lanbook.com/book/97231</a> )	Москва : Аспект Пресс, 2017	ЭБС

### 7.1.2. Дополнительная литература

	Авторы,	Заглавие	Издательство,	Ресурс
Л1.2	Щербаков А.	Интернет-аналитика: поиск и оценка информации в web-ресурсах: практическое пособие ( <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=89693">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=89693</a> )	Москва : Книжный мир, 2012	ЭБС
Л1.2	Смирнов Д.	Продвижение веб-сайта: практическое пособие ( <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=97039">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=97039</a> )	Москва : Лаборатория книги, 2010	ЭБС
Л1.3	Панин К. Г.	Интернет-маркетинг: баннерная реклама: монография ( <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=97079">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=97079</a> )	Москва : Лаборатория книги, 2010	ЭБС
Л1.4	Денисов Д. П.	Интернет-технологии в электронном бизнесе и коммерции: практическое пособие ( <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=140249">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=140249</a> )	Москва : Лаборатория книги, 2012	ЭБС
Л1.5	Мелькин Н. В., Горяев К. С.	Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов: практическое руководство ( <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=464474">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=464474</a> )	Москва, Вологда : Инфра -Инженерия, 2017	ЭБС

### 7.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Э1	Университетская библиотека онлайн [Электронный ресурс] : электронно-библиотечная система (ЭБС) / ООО Директмедиа Паблишинг. – URL: <a href="http://biblioclub.ru/">http://biblioclub.ru/</a> .
Э2	eLIBRARY.RU [Электронный ресурс] : электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. – URL: <a href="http://elibrary.ru/defaultx.asp">http://elibrary.ru/defaultx.asp</a> .
Э3	Библиографические базы данных ИНИОН РАН [Электронный ресурс] : сайт. – URL: <a href="http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/">http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/</a>
Э4	Единое окно доступа к информационным ресурсам [Электронный ресурс] : сайт / ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». – Москва, 2005 – . – URL: <a href="http://window.edu.ru/">http://window.edu.ru/</a> .
Э5	Министерство науки и высшего образования Российской Федерации [Электронный ресурс] : официальный сайт. – URL: <a href="https://minobrnauki.gov.ru/">https://minobrnauki.gov.ru/</a> .

### 7.3 Перечень информационных технологий

#### 7.3.1 Программное обеспечение

LMS Moodle

Adobe Connect Acrobat

Adobe Reader

#### 7.3.2 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

1. eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 – . – URL: <https://elibrary.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.
2. APS JOURNALS. Physical Review Letters, Physical Review X, Physical Review, and Reviews of Modern Physics : журналы American Physical Society : сайт. – URL: <http://journals.aps.org/about>. – Яз. англ. – Режим доступа: только из сети университета. – Текст : электронный.
3. BOOK.ru : электронно-библиотечная система / издательство КноРус. – URL: <http://www.book.ru/extsearch?Name>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
4. Mathematical Reviews (MR) : реферативная база данных / American Mathematical Society. – URL: <http://www.ams.org/mathscinet/>. – Яз. рус., англ. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
5. Moodle : система управления обучением : [база данных] / Челябинский государственный университет. – Челябинск, [б. г.]. – URL: <http://moodle.uio.csu.ru/login/index.php>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.



Рабочая программа дисциплины "Реклама и PR в интернете" по направлению подготовки (специальности)  
42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" направленности (профилю) Дизайн коммуникационного  
продукта в различных сферах деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 11

6. Polpred.com : сайт. – Москва, 1997 – . – URL: <http://polpred.com/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
7. Scopus : реферативная база данных / Elsevier BV. – URL: <http://www.scopus.com/>. – Яз. англ. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
8. Springer Link : [сайт]. – URL: <http://link.springer.com/>. – Яз. англ. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
9. Web of Science : мультидисциплинарная реферативная база данных / компания Thomson Reuters. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
10. Znaniium.com : электронно-библиотечная система / Научно- издательский центр ИНФРА-М. – Москва, 2011 – . – URL: <http://znaniium.com/>). – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
11. Архив научных журналов : [сайт] / Национальный электронно- информационный консорциум (НП НЭИКОН). – URL: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>. – Режим доступа: доступ только из сети университета. – Текст : электронный.
12. Библиографические базы данных ИНИОН РАН. – Текст : электронный // Институт научной информации по общественным наукам (ИНИОН) РАН : сайт. – URL: <http://inion.ru/resources/bazy-dannykh-inion-ran/>.
13. Единое окно доступа к информационным ресурсам : сайт / ФГАУ ГНИИ ИТТ "Информика". – Москва, 2005 – . – URL: <http://window.edu.ru/>. – Текст : электронный.
14. ИНФОРМИО : электронный справочник [обеспечение всех типов образовательных учреждений нормативными, методическими, научно- практическими материалами]. – URL: <http://www.informio.ru/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
15. Консультант Плюс : справочно-правовая система : база данных / Региональный центр правовой информации Информправо. – Москва, 1992 – . – Режим доступа: из читальных залов библиотеки. – Текст : электронный.
16. Лань : электронно-библиотечная система / издательство Лань. – Санкт- Петербург, 2011 – . – URL: <http://e.lanbook.com/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
17. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации : официальный сайт. – URL: <https://minobrnauki.gov.ru/>. – Текст : электронный.
18. Министерство просвещения Российской Федерации (Минпросвещения России) // Правительство Российской Федерации : сайт. – URL: <http://government.ru/department/390/events/>. – Текст : электронный.
19. Национальная электронная библиотека (НЭБ) : объединенный электронный каталог фондов российских библиотек : сайт. – URL: <http://нэб.рф>. – Режим доступа: из читальных залов библиотеки ЧелГУ. – Текст : электронный.
20. Президентская библиотека : электронная национальная библиотека : сайт / ФГБУ Президентская библиотека имени Б. Н. Ельцина. – Санкт- Петербург, 2009 – . – URL: <https://www.prlib.ru/>. – Текст : электронный.
21. Российское образование : федеральный портал / ФГАУ ГНИИ ИТТ Информика. – Москва, 2002 – . – URL: <http://www.edu.ru/>. – Текст : электронный.
22. Статистические издания России и стран СНГ. – Текст : электронный // EastView : база данных. – URL: <http://udbstat.eastview.com/search/simple.jsp?enc=rus>. – Режим доступа: из сети университета.
23. Университетская библиотека ONLAIN : электронно-библиотечная система / ООО Директмедиа Паблишинг. – Москва, 2010 – . – URL: <http://biblioclub.ru/>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей ЧелГУ. – Текст : электронный.
24. Электронный архив журнала «Знак: Проблемное поле медиаобразования». – Челябинск, 2007 – . URL: <http://journals.csu.ru/index.php/znak/index>. – Текст : электронный.
25. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор) : официальный сайт. – Москва, 2004 – . – URL: <http://obrnadzor.gov.ru/>. – Текст : электронный.
26. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов // Российское образование : федеральный портал. – URL: <http://fcior.edu.ru/>. – Текст : электронный.

## 8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Освоение дисциплины осуществляется в 3 корпусе ЧелГУ, расположенном по адресу пр. Победы 162 В, в учебной аудитории, рассчитанной на 25 студентов (аудитории 401, 405, 406). Если занятия ведутся для потока студентов, то дисциплина ведется в лекционной аудитории, рассчитанной на 100 студентов (аудитории 402, 403).



Рабочая программа дисциплины "Реклама и PR в интернете" по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" направленности (профилю) Дизайн коммуникационного продукта в различных сферах деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 12

В целях успешного освоения дисциплины изучения курса осуществляется в учебной аудитории, рассчитанной на 25 студентов (аудитория 401 или 405). Если занятия ведутся для потока студентов, то дисциплина преподается в лекционной аудитории, рассчитанной на 100 студентов (аудитория 402).

Для успешного освоения дисциплины аудитория должна быть оборудована мультимедийным комплексом с возможностью выхода в сеть Интернет и локальную сеть университета (в аудиториях 401 и 402 – через проводное оптоволоконное соединение, в аудитории 405 – через беспроводное соединение посредством Wi-Fi-роутера).

Мультимедийные комплексы включают следующее оборудование:

– аудитория 401: экран для мультимедиа Projecta 200x200, портативный мультимедийный проектор BenQ MP624 (устанавливается по заявке преподавателя), ноутбук AcerTravelmate 5720 G или ноутбук eMachines eME732Z-P622G-32Mikk(устанавливается по заявке преподавателя), колонки портативные GeniusSPM-200 (устанавливаются по заявке преподавателя);

– аудитория 402: экран настенный с электроприводом ELPRO ElectrolStandart 200 2.0\*2.0м., ноутбук AcerTravelmate 5720 G или ноутбук eMachines eME732Z-P622G-32Mikk (устанавливается по заявке преподавателя), стационарный мультимедийный видеопроектор Panasonic PT-LB60NTE LCD,3200 ANSI лм XGA(1024x768), активная акустическая система 5.1 Sven HA-430T (5.1 60W+5x20W,remote control), петличная радиосистема UHF-диапазона 1/2U диверситивная(795.075 MHz) MIPRO MR-801A (устанавливается по заявке преподавателя);

– аудитория 405: ЖК-телевизор 19” Toshiba, ноутбук AcerTravelmate 5720 G или ноутбук eMachines eME732Z-P622G-32Mikk (устанавливается по заявке преподавателя), колонки портативные Genius SP M-200 (устанавливаются по заявке преподавателя);

Для проведения компьютерного тестирования, вебинаров и интерактивных уроков несколько занятий организуются в стационарном(аудитория 401) или мобильном компьютерном классе (организуется в любой аудитории с возможностью беспроводного доступа к сети Интернет с использованием нетбуков). Стационарный компьютерный класс рассчитан на 15 рабочих мест.

Обучение инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с применением следующего специального оборудования:

а) для лиц с нарушением слуха (акустический усилитель и колонки, мультимедийный проектор);

б) для лиц с нарушением зрения (мультимедийный проектор (использование презентаций с укрупненным текстом);

в) для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата (персональные мобильные компьютеры – нетбуки).

Из числа специальных технических средств обучения для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, предоставляемых Региональным учебно-научным центром инклюзивного образования ЧелГУ, можно отметить также:

– Тифлотехническая аудитория: тифлотехнические средства: брайлевский компьютер с дисплеем и принтером, тифлокомплекс «Читающая машина», телевизионное увеличивающее устройство, тифломагнитолы кассетные и цифровые диктофоны; специальное программное обеспечение: программа речевой навигации JAWS, речевые синтезаторы («говорящая мышь»), экранные лупы.

– Сурдотехническая аудитория: радиокласс “Сонет-Р”, программируемые слуховые аппараты индивидуального пользования с устройством задания режима работы на компьютере, интерактивная доска ActiveBoard с системой голосования, акустический усилитель и колонки, мультимедийный проектор, телевизор, видеомагнитофон.

Для самостоятельной работы студентов предусмотрена аудитория, рассчитанная на 15 человек и оборудованная мультимедийным комплексом и выходом в интернет (401).

- помещения для самостоятельной работы с компьютерной техникой и с возможностью подключения в сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации: аудитория 401, 406, 402.

## 9. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

При изучении данной дисциплины используются лекционные, практические занятия и самостоятельная работа студента. На лекционных занятиях преподаватель излагает основное содержание тем программы. Проработку лекционного материала студенту желательно проводить как после каждого занятия, так и по завершению темы. Это позволит связать воедино полученные сведения и составить цельную картину.

На практических занятиях рассматриваются основные теоретические аспекты и практические методы риторического воздействия и создания речевого произведения. Рекомендуется перед каждым практическим занятием выполнить домашнее задание, что позволит лучше усвоить предыдущий материал, и изучить лекционный материал по



предстоящей теме. Студенту желательно проявлять активное участие на практических и лекционных занятиях, задавать вопросы, поскольку умение обосновывать свою точку зрения, нахождение компромиссного решения в этически выдержанной дискуссии не только важно для лучшего усвоения материала, но и ценится в реальной жизни. Важным моментом при изучении любой дисциплины является организация самостоятельной работы. При освоении материала не следует стремиться к механическому запоминанию приведенных определений, формулировок и положений, если требования прямо не указывают на это. Вполне эффективной может оказаться попытка понять суть явления, выработать свое отношение к нему, опираясь на материал, содержащийся в рекомендованной литературе. Сказанное особенно эффективно, когда речь идет о таких требованиях, как «понимает» или «имеет представление». Напротив, если студент имеет дело с требованием к деятельности «должен уметь», то рекомендуется поупражняться в соответствующем виде деятельности. Все это имеет непосредственное отношение к подготовке к практическим занятиям.

В освоении дисциплины (модуля) инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная работа. Под индивидуальной работой подразумевается две формы взаимодействия с преподавателем: индивидуальная учебная работа (консультации), т.е. дополнительное разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала с теми обучающимися, которые в этом заинтересованы, и индивидуальная воспитательная работа. Индивидуальные консультации по предмету является важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья.

В случае применения при обучении дисциплины электронного обучения, дистанционных образовательных технологий общение обучающихся и преподавателя осуществляется в режиме реального времени, например: онлайн-лекции (вебинары), чаты, видео-конференции и др. или отложенного времени, например: система дистанционного обучения Moodle, форумы, электронная почта и др.

Большую часть времени обучающиеся самостоятельно работают с учебно-методическими материалами. Студенты имеют возможность консультироваться с преподавателем по всем вопросам, возникающим в ходе самостоятельной работы посредством электронной почты, социальных сетей и т.п.

Доступ обучающегося к учебным ресурсам в режиме отложенного времени, самостоятельной работы осуществляется через сеть Интернет в удобном для него месте, времени и темпе.

## **10. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМИСЯ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ И ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием специальных технических средств и информационных технологий, предоставляемых Ресурсным учебно-методическим центром по обучению инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья ЧелГУ по запросу обучающегося (мобильные специальные технические средства для лиц с нарушениями зрения и с нарушением слуха, ассистивные информационные технологии).

При необходимости для обучающихся с нарушениями зрения на рабочих местах для проведения практических или лабораторных занятий устанавливается специальное программное обеспечение (программа речевой навигации, речевые синтезаторы, экранные лупы).

В учебные аудитории обеспечивается беспрепятственный доступ для обучающихся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья. В каждой аудитории, где обучаются инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, предусматривается соответствующее количество мест для обучающихся с учетом нарушений их здоровья.

Для освоения дисциплины инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется доступ к печатным источникам, имеющимся в научной библиотеке ЧелГУ, с помощью специальных технических средств; доступ с помощью специальных технических и программных средств к электронным источникам, представленным в форме электронного документа в фонде научной библиотеки ЧелГУ или электронно-библиотечных системах.

Учебно-методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и особенностям восприятия информации.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья освоение дисциплины может быть частично или полностью осуществлено с использованием дистанционных образовательных технологий.

При проведении промежуточной аттестации по дисциплине обучающимся с инвалидностью и с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается по их заявлению предоставление в доступной форме в зависимости от их индивидуальных особенностей инструкции о порядке проведения промежуточной аттестации, оценочных средств и возможности ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно шрифтом Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование предоставленных ЧелГУ или собственных технических средств,



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Рабочая программа дисциплины "Реклама и PR в интернете" по направлению подготовки (специальности)  
42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" направленности (профилю) Дизайн коммуникационного  
продукта в различных сферах деятельности ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

стр. 14

необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на задания, процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.