

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»

Факультет психолого-педагогического и социального образования

Кафедра физики, методики преподавания физики и математики, ИКТ

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной работе

Ю. А. Жадаев

2019 г.



Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере

Программа учебной дисциплины

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

заочная форма обучения

Волгоград

2019

Обсуждена на заседании кафедры физики, методики преподавания физики и математики, ИКТ

«18» 04 2019 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой


(подпись)

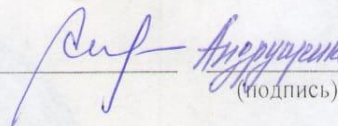
Смыковская Т.К.
(зав. кафедрой)

«18» 04 2019 г.

(дата)

Рассмотрена и одобрена на заседании учёного совета факультета психолого-педагогического и социального образования «10» мая 2019 г., протокол № 9

Председатель учёного совета


(подпись)

«10» мая 2019 г.

(дата)

Утверждена на заседании учёного совета ФГБОУ ВО «ВГСПУ»

«31» мая 2019 г., протокол № 10

Отметки о внесении изменений в программу:

Лист изменений № _____

_____ (подпись)

_____ (руководитель ОПОП)

_____ (дата)

Лист изменений № _____

_____ (подпись)

_____ (руководитель ОПОП)

_____ (дата)

Лист изменений № _____

_____ (подпись)

_____ (руководитель ОПОП)

_____ (дата)

Разработчики:

Смыковская Татьяна Константиновна, профессор кафедры методики преподавания математики и физики, ИКТ,

Маньшин Максим Евгеньевич, доцент кафедры методики преподавания математики и физики, ИКТ.

Программа дисциплины «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере» соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (утверждён) и базовому учебному плану по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью»), утверждённому Учёным советом ФГБОУ ВО «ВГСПУ» (от 31 мая 2019 г., протокол № 10).

1. Цель освоения дисциплины

Формирование готовности к использованию Интернет-технологий в рекламе и связях с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере» относится к вариативной части блока дисциплин.

Для освоения дисциплины «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Зарубежная философия», «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях», «Русская философия», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», прохождения практик «Профессионально-ознакомительная практика», «Учебная практика: Практика получения первичных умений и навыков».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплин «Интернет-коммуникации в Рекламе и связях с общественностью», «Интернет-технологии обеспечения проектов и отдельных мероприятий», «Информационно-организационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Организация работы отделов по связям с общественностью в государственной и муниципальной службе», «Социокультурный консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Управление исследованием и организация ситуационного анализа в проектировании», прохождения практик «Преддипломная практика», «Профессионально-творческая практика».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);

– способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

– возможности Интернет-технологий в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере (УК-1);

– виды и основные характеристики интернет-рекламы (ОПК-6);

– сущностные характеристики, виды блогов, требования к контенту для блогов (УК-1, ОПК-6);

уметь

– разрабатывать структуру и контент сайта (ОПК-6);

– создавать рекламу в социальных сетях, на форумах, в блогах, в мессенджерах (УК-1);

– создавать и вести блог по социально-культурной тематике (УК-1);

владеть

- приемами создания сайта, используя конструктор сайтов (УК-1, ОПК-6);
- опытом размещения контента на ресурсах сети Интернет (сайты, социальные сети, YouTube каналы, Instagram и пр.) (ОПК-6);
- опытом работы и взаимодействия в социальных сетях (ОПК-6).

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		Зл
Аудиторные занятия (всего)	14	14
В том числе:		
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	10	10
Лабораторные работы (ЛР)	–	–
Самостоятельная работа	90	90
Контроль	4	4
Вид промежуточной аттестации		ЗЧ
Общая трудоемкость	часы	108
	зачётные единицы	3

5. Содержание дисциплины**5.1. Содержание разделов дисциплины**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью	Социально-коммуникативные функции Интернета. Интернет-сервисы как каналы коммуникации. Аудитории Интернета; аудитория социальных медиа. Сайт как основа интернет-коммуникации. Типы сайтов. Инструменты работы с аудиторией сайта. Реклама на сайте. Создание сайта. Разработка контента для рекламного или информационного сайта.
2	Рекламные технологии в Интернете	Различные способы размещения контента на рекламных ресурсах сети Интернет (сайты, социальные сети, YouTube каналы, Instagram и пр.). Понятие Интернет-рекламы и ее виды (баннеры, почтовые рассылки, реклама в соцсетях, скрытая реклама в социальных сетях, на форумах, в блогах), направления интернет-рекламы. Основные характеристики интернет-рекламы. Медийная (баннерная) реклама. Контекстная реклама. Геоконтекстная реклама. Реклама в RSS-каналах. Реклама в мессенджерах.
3	Блоги в связях с общественностью	Блог и блогосфера. Виды блогов. Блогосфера и СМИ. Блоги как причина изменений в PR. Корпоративные блоги. Фолксномический принцип организации информации. Типы социальных сетей. "Молва" в социальных сетях. Вирусный маркетинг. Скрытый маркетинг. Создание и ведение блога как инструмента PR.

5.2. Количество часов и виды учебных занятий по разделам дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекц.	Практ. зан.	Лаб. зан.	СРС	Всего
1	Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью	4	2	–	20	26
2	Рекламные технологии в Интернете	–	4	–	30	34
3	Блоги в связях с общественностью	–	4	–	40	44

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

6.1. Основная литература

1. Сычев, А. В. Web-технологии : учебное пособие / А. В. Сычев. — 3-е изд. — Москва, Саратов : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 407 с. — ISBN 978-5-4497-0292-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/89412.html> (дата обращения: 03.01.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

6.2. Дополнительная литература

1. Кудряшев, А. В. Введение в современные веб-технологии : учебное пособие / А. В. Кудряшев, П. А. Светашков. — 3-е изд. — Москва, Саратов : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 359 с. — ISBN 978-5-4497-0313-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/89430.html> (дата обращения: 03.01.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Гасумова, С. Е. Информационные технологии в социальной сфере : учебное пособие для бакалавров / С. Е. Гасумова. — 5-е изд. — Москва : Дашков и К, 2019. — 311 с. — ISBN 978-5-394-03242-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85325.html> (дата обращения: 03.01.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и интернет-реклама : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова. — Москва : Инфра-Инженерия, 2018. — 248 с. — ISBN 978-5-9729-0202-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/78258.html> (дата обращения: 03.01.2020). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

7. Ресурсы Интернета

Перечень ресурсов Интернета, необходимых для освоения дисциплины:

1. Образовательный портал Волгоградского государственного социально-педагогического университета. URL: <http://edu.vspu.ru>.
2. Электронная библиотечная система IPRbooks. URL: <http://iprbookshop.ru>.
3. Российская ассоциация по связям с общественностью. URL: <https://www.raso.ru/>.

8. Информационные технологии и программное обеспечение

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

1. Пакет офисных приложений (редактор текстовых документов, презентаций, электронных таблиц).
2. Программное обеспечение для коммуникации.
3. Технологии разработки и публикации сетевых документов.
4. Программное обеспечение для интерактивной доски.

9. Материально-техническая база

Для проведения учебных занятий по дисциплине «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере» необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

1. Аудитория для проведения самостоятельной работы студентов с доступом к сети Интернет.
2. Учебная аудитория с мультимедийной поддержкой для проведения лекционных занятий.
3. Учебные аудитории для проведения лабораторно-практических занятий.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере» относится к вариативной части блока дисциплин. Программой дисциплины предусмотрено чтение лекций и проведение практических занятий. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Лекционные занятия направлены на формирование глубоких, систематизированных знаний по разделам дисциплины. В ходе лекций преподаватель раскрывает основные, наиболее сложные понятия дисциплины, а также связанные с ними теоретические и практические проблемы, даёт рекомендации по практическому освоению изучаемого материала. В целях качественного освоения лекционного материала обучающимся рекомендуется составлять конспекты лекций, использовать эти конспекты при подготовке к практическим занятиям, промежуточной и итоговой аттестации.

Практические занятия являются формой организации педагогического процесса, направленной на углубление научно-теоретических знаний и овладение методами работы, в процессе которых вырабатываются умения и навыки выполнения учебных действий в сфере изучаемой науки. Практические занятия предполагают детальное изучение обучающимися отдельных теоретических положений учебной дисциплины. В ходе практических занятий формируются умения и навыки практического применения теоретических знаний в конкретных ситуациях путем выполнения поставленных задач, развивается научное мышление и речь, осуществляется контроль учебных достижений обучающихся.

При подготовке к практическим занятиям необходимо ознакомиться с теоретическим материалом дисциплины по изучаемым темам – разобрать конспекты лекций, изучить литературу, рекомендованную преподавателем. Во время самого занятия рекомендуется активно участвовать в выполнении поставленных заданий, задавать вопросы, принимать участие в дискуссиях, аккуратно и своевременно выполнять контрольные задания.

Контроль за качеством обучения и ходом освоения дисциплины осуществляется на основе рейтинговой системы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов. Рейтинговая система предполагает 100-балльную оценку успеваемости студента по учебной дисциплине в течение семестра, 60 из которых отводится на текущий контроль, а 40 – на промежуточную аттестацию по дисциплине. Критериальная база рейтинговой оценки, типовые контрольные задания, а также методические материалы по их применению

описаны в фонде оценочных средств по дисциплине, являющемся приложением к данной программе.

11. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся является неотъемлемой частью процесса обучения в вузе. Правильная организация самостоятельной работы позволяет обучающимся развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, способствует формированию навыков совершенствования профессионального мастерства.

Самостоятельная работа обучающихся во внеаудиторное время включает в себя подготовку к аудиторным занятиям, а также изучение отдельных тем, расширяющих и углубляющих представления обучающихся по разделам изучаемой дисциплины. Такая работа может предполагать проработку теоретического материала, работу с научной литературой, выполнение практических заданий, подготовку ко всем видам контрольных испытаний, выполнение творческих работ.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине представлено в рабочей программе и включает в себя:

- рекомендуемую основную и дополнительную литературу;
- информационно-справочные и образовательные ресурсы Интернета;
- оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине.

Конкретные рекомендации по планированию и проведению самостоятельной работы по дисциплине «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере» представлены в методических указаниях для обучающихся, а также в методических материалах фондов оценочных средств.

12. Фонд оценочных средств

Фонд оценочных средств, включающий перечень компетенций с указанием этапов их формирования, описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания, типовые контрольные задания и методические материалы является приложением к программе учебной дисциплины.