Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Институт общественных наук

(наименование структурного подразделения (института/факультета/филиала)

Кафедра политических и общественных коммуникаций
(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой политических и общественных коммуникаций
Протокол от «29» августа 2016 г. №12

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ОД.17 «Интернет-коммуникации»
(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

направление подготовки (специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности)

«Реклама и связи с общественностью» (Liberal Arts)

(направленность (профиль))

Бакалавр

(квалификация)

Очная

(форма обучения)

2017

(год набора)

Москва, 2016 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Преподаватель Бероева Нигина Андреевна
Доцент к.фил.н. Глазков Алексей Владимирович
Доцент к.фл.н.,доцент Глазкова Елена Анатольевна

Заведующий кафедрой
политических и общественных
коммуникаций, профессор, PhD С. Потоликкио

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

3. Содержание и структура дисциплины

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

6.2. Дополнительная литература

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

6.4. Нормативные правовые документы

6.5. Интернет-ресурсы

6.6. Иные источники

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.17 «Интернет-коммуникации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС LA-7	Способность под контролем принимать участие подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	ПК ОС LA- 7.2	Способность под контролем подготавливать и проводить коммуникационные кампания и мероприятия
ПК ОС LA-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в отделах рекламы и связях с общественностью в различных организациях и средствах массовой информации	ПК ОС LA-12.1	Способность разработки рекламного продукта и продукта в сфере PR, с учетом сферы социального бытия
ПК ОС LA-13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия по связям с общественностью	ПК ОС LA-13.1	Способность анализировать процессы деятельности организации в выбранной сфере, проводить описание конкретных приемов коммуникационных мероприятий

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Трудовые функции/действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Определение порядка реализации коммуникационной стратегии; выбор методологии и инструментов	ПК ОС LA-7.2	на уровне знаний: - особенности организационно-управленческой работы в коммуникационных технологиях; - основные профессиональные понятия; основные понятия коммуникации; - основные виды, технологические этапы, закономерности осуществления, методы проведения PR-кампании, требования к проведению коммуникационных кампаний и мероприятий

		на уровне умений: - планировать и организовывать кампании различных видов в сфере рекламы и связей с общественностью, - осуществлять мероприятия на разных этапах коммуникационной кампании; - анализировать коммуникационные аспекты и процессы деятельности организации в выбранной сфере; - анализировать результаты и давать оценку эффективности кампаний и мероприятий
		на уровне навыков: - навыками организационно-управленческой работы в коммуникационном процессе; - навыком самостоятельной работы с документами и первоисточниками по связям с общественностью; навыками сбора информации, необходимой для проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - навыками планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий
Выбор методологии и инструментов; планирование работ	ПК ОС LA-12.1	на уровне знаний: - основные понятия и теоретические основы рекламы и PR; - технику взаимодействия организации и общества, общества и СМИ; - типологию и принципы создания рекламного продукта и продукта в сфере PR
		на уровне умений: - осуществлять свои профессиональные функции во всех сферах жизнедеятельности общества; - создавать оптимальные условия для профессиональной деятельности, подготовить материалы для создания рекламного продукта и PR; - осуществлять анализ любых СМИ и организовывать любые PR-мероприятия
		на уровне навыков: - навыками формирования общественного мнения и производства рекламного продукта. - навыками организации работы отдела по СО, отдела рекламы, СМИ в любой сфере социального бытия. - владение методиками мониторинга, SWOT-анализа, контент-анализа, 17 планирования, проведения и оценки PR-мероприятия
Определение порядка реализации коммуникационной	ПК ОС LA-13.1	на уровне знаний: - механизмы деятельности рекламной организации. - основные принципы работы рекламной и PR-

стратегии; выбор методологии и инструментов		организации
		на уровне умений: - составлять планы и графики рекламных кампаний и мероприятий, разработать техническое исполнение. - работать с рекламой, рекламными и пропагандистскими кампаниями. - проводить презентацию, интервью, пресс-конференцию и т.д.
		на уровне навыков: - навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности и общественностью. - навыками контроля за рекламной продукцией. - навыками взаимодействия с субъектами рекламной деятельности

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина по учебному плану составляет 2 ЗЕ, т.е. 72 ак.ч./54 аст.ч, в том числе 28 ак.ч./21 аст.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий и 44 ак.ч./33 аст.ч. - самостоятельная работа обучающихся.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

— Б1.В.ОД.17 «Интернет-коммуникации», 3 курс, 6 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом

— дисциплина реализуется после изучения: Б1.В.ОД.8 «Коммуникационный менеджмент», Б1.В.ОД.10 «Мастерская социальных медиа», Б2.У.1 «Учебная практика».

3. Содержание и структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов),	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости**, промежуточной аттестации***
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Особенности организации коммуникации в интернете	8/6			4/3		4/3	О, Д
Тема 2	Средства	12/9			4/3		8/6	О, Д

	интернет-коммуникаций							
Тема 3	Поисковое продвижение сайта	12/9			4/3		8/6	О,Д
Тема 4	Основы контекстной рекламы	12/9			4/3		8/6	ДЗ
Тема 5	Социальные сети и блогосфера как каналы коммуникаций	12/9			4/3		8/6	О, Д, ДЗ
Тема 6	Анализ и планирование интернет-коммуникаций	8/6			4/3		4/3	О, ДЗ
Тема 7	Эффективность маркетинговых действий в интернете	8/6			4/3		4/3	О, Д
Промежуточная аттестация								Зачет
	Всего:	72/54			28/21		44/33	

Примечание:

*** – разработчик указывает необходимые формы текущего контроля успеваемости: курсовые проекты (КП), курсовые работы (КР), контрольные работы (К), опрос (О), тестирование (Т), коллоквиум (Кол), эссе (Эс), реферат (Реф), диспут (Д) и др.*

**** - разработчик указывает необходимые формы промежуточной аттестации: экзамен (Экз), зачет (За), зачет с оценкой (ЗаО) и др.*

Содержание дисциплины

Тема 1. Особенности организации коммуникации в интернете

Специфика интернета: широкий охват аудитории при возможности обращения к небольшой целевой группе; высокая скорость распространения информации; возможность получения быстрого ответа; определенная обезличенность; упрощенный характер общения. Основные действия в интернете: поиск информации; генерирование контента; комментирование; лайки; репосты. Большое количество каналов коммуникации. Интернет-маркетинг: понятие, структура, цели и задачи.

Тема 2. Средства интернет-коммуникаций

Сайт компании: контент, структура и дизайн, повышение удобства пользования сайтом для посетителей (usability), оптимизация под поисковые системы (SEO), оптимизация под социальные сети (SMO), использование контекстной рекламы (текстовой, баннерной и видеорекламы), вирусный маркетинг, e-mail рассылки, форумы и т.д. Значение и цель корпоративного сайта. Использование сайта как PR-инструмента. Виды сайтов. Сравнение интернет-коммуникаций с традиционными типами коммуникаций. Особенности формирования коммуникационной политики организации в интернете.

Тема 3. Поисковое продвижение сайта

Поисковое продвижение сайта: понятие, смысл и преимущества. Индексация сайта поисковыми системами. Внутренние факторы, влияющие на продвижение сайта.

Принципы работы поисковых роботов. SEO (поисковая оптимизация) и ее основные составляющие. Ключевые запросы: механизм выбора. Технические и информационные факторы, влияющие на скорость продвижения сайта.

Тема 4. Основы контекстной рекламы

Контекстная реклама: понятие, смысл и преимущества. Принципы работы контекстной рекламы. Что выбрать: Yandex Direct или Google AdWords? Рынок контекстной рекламы. Сервисы контекстной рекламы. Стратегии ведения контекстной рекламной кампании. Таргетинг и лендинг. Основные принципы подбора слов, составления текстов объявлений, выбора целевых страниц, показа объявлений. Аукцион, стоимость показа объявления. Примеры правильных и неправильных объявлений. Оценка эффективности контекстной рекламной кампании. Корректировка стратегии на основе анализа.

Тема 5. Социальные сети и блогосфера как каналы коммуникаций

Понятие и сущность социальной сети. Влияние социальных сетей на коммуникационные процессы и на скорость распространения информации. Характеристика крупнейших социальных сетей. Социальные сети: стратегия продвижения; мониторинг; клиентская поддержка; управление репутацией. Интеграция сайта с социальными сетями. Понятие и сущность блога и портала, их разновидности.

Тема 6. Анализ и планирование интернет-коммуникаций

Интернет-коммуникации: их характеристики, структура, достоинства и недостатки. Вариативность участников интернет-коммуникаций. Комплексный анализ интернет окружения: статистика посещений сайта, количество контактов с аудиторией, спрос на продукцию (услуги), уровень конкуренции и т.д. Стратегическое планирование кампании на основании проведенного анализа и возможностей бюджета: выбор наиболее перспективных каналов коммуникации. Прогнозирование эффективности.

Тема 7. Эффективность маркетинговых действий в интернете

Оценка эффективности мероприятий маркетинговых действий. Анализ статистики посещений сайтов с использованием сервисов (Яндекс Метрика, Google Analytics, Liveinternet). Особенности оценки эффективности контекстной рекламы и поисковой оптимизации сайтов. Выбор критериев эффективности (CTR, показатель конверсии и т.д.). Составление аналитического отчета; требования к отчету.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости, обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ОД.17 «Интернет-коммуникации» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

при проведении занятий лекционного типа:
занятия лекционного типа не предусматриваются

при проведении занятий семинарского типа:
опросы, диспуты

при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

домашние задания

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Примерная тематика опросов и диспутов:

1. Типология коммуникаций в интернете. Особенности интернет-аудитории
2. Основные отличия интернет-коммуникаций от традиционных коммуникаций
3. Принципы работы поисковых роботов
4. Специфика подбора ключевых запросов для продвижения сайта
5. Сравнение Yandex Direct и Google AdWords
6. Критерии удачных и неудачных объявлений в контекстной рекламе
7. Управление репутацией в социальных сетях
8. Сходства и отличия SMM и SMO
9. Анализ статистики посещений сайта
10. Оценка эффективности продвижения сайта в поисковых системах

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК ОС LA-7	Способность под контролем принимать участие подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	ПК ОС LA- 7.2	Способность под контролем подготавливать и проводить коммуникационные кампания и мероприятия
ПК ОС LA-12	Способность под контролем осуществлять профессиональные функции в отделах рекламы и связях с общественностью в различных организациях и средствах массовой информации	ПК ОС LA-12.1	Способность разработки рекламного продукта и продукта в сфере PR, с учетом сферы социального бытия

ПК ОС LA-13	Способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия по связям с общественностью	ПК ОС LA-13.1	Способность анализировать процессы деятельности организации в выбранной сфере, проводить описание конкретных приемов коммуникационных мероприятий

Этап компетенции	**Показатели оценивания**	**Критерии оценивания**
2 этап (код этапа ПК ОС LA -7.2)	Способен планировать коммуникационные кампании и мероприятия	Под контролем составляет план проведения коммуникационных кампаний Использует и применяет принципы, методы и инструментарий по организации коммуникационных кампаний и мероприятий Выстраивает алгоритм разработки коммуникационной кампаний и мероприятий
1 этап (код этапа ПК ОС LA -12.1)	Способен производить рекламные и PR-продукты Составляет техническое задание на разработку продуктов	Использует и применяет знания по разработке коммуникационных продуктов Выстраивает алгоритмы создания продуктов
1 этап (код этапа ПК ОС LA -13.1)	Способен анализировать процессы деятельности организации	Студент в состоянии описать конкретные приемы мероприятий Студент понимает процессы, которые проходят в организации

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета в форме устного ответа на вопросы.

4.2.3. Типовые оценочные средства

Примерные вопросы для зачета:

1. Специфика интернета как информационной среды Характеристика каналов коммуникации в интернете. Интернет-маркетинг: понятие, структура, цели и задачи.
2. Средства интернет-коммуникации. Значение и цель корпоративного сайта. Использование сайта как PR-инструмента. Виды сайтов. Сравнение интернет-коммуникаций с традиционными типами коммуникаций.
3. Внутренние факторы, влияющие на продвижение сайта. Принципы работы поисковых роботов. SEO (поисковая оптимизация) и ее основные составляющие. Ключевые запросы: механизм выбора.
4. Принципы работы контекстной рекламы. Что выбрать: Yandex Direct или Google AdWords? Стратегии ведения контекстной рекламной кампании. Таргетинг и лендинг. Основные принципы подбора слов и составления текстов

объявлений от чего зависит стоимость показа объявления? Примеры правильных и неправильных объявлений. Оценка эффективности контекстной рекламной кампании.

5. Понятие и сущность социальной сети. Социальные сети: стратегия продвижения; мониторинг; клиентская поддержка; управление репутацией. Сходства и отличия SMM и SMO. Интеграция сайта с социальными сетями. Понятие и сущность блога и портала, их разновидности.
6. Комплексный анализ интернет окружения. Стратегическое планирование кампании на основании проведенного анализа и возможностей бюджета: выбор наиболее перспективных каналов коммуникации.
7. Оценка эффективности мероприятий маркетинговых действий. Анализ статистики посещений сайта. Выбор критериев эффективности (CTR, показатель конверсии и т.д.). Составление аналитического отчета; требования к отчету.

Шкала оценивания.

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются:
«зачет» - положительный результат,
«незачет» - неудовлетворительно, зачет не сдан.

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

«Зачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-100%
«Незачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

4.3. Методические материалы

Раздел раскрывается в Паспортах компетенции ПК ОС LA – 7, ПК ОС LA – 12 и ПК ОС LA – 13 (Приложение 1 ОП ВО).

2 раздел в Методических рекомендациях организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС
http://www.ranepa.ru/images/docs/svedeniya_ooo/Metod_Disciplin_2015.pdf

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС
(http://www.ranepa.ru/images/docs/pk/Pologenie_o_tekushem_kontrole_31_07_2015.pdf)

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального

государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

Дисциплина «Интернет-коммуникации» изучается на протяжении одного семестра и завершается зачетом. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются семинарские занятия. В ходе семинарских занятий рассматриваются основные понятия тем, углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных вопросов, развиваются навыки в соответствии с этапами формирования компетенций.

Организация деятельности студента по видам учебных занятий	
Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Практические занятия	На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники. Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.
Групповая дискуссия, диспут	Групповая дискуссия - это средство, которое позволяет определить уровень сформированности профессиональных навыков в условиях максимально приближенных к профессиональной среде. Модерацией дискуссии занимается преподаватель, который предлагает актуальную тему для дискуссии, ставит вопросы, акцентирует внимание аудитории на наиболее значимых аспектах. Проведение групповой дискуссии позволяет оценить формирование у студента соответствующих навыков, в том числе умение ставить проблему, обосновывать пути ее возможного разрешения, умение вести цивилизованный диалог, отстаивать

	свою точку зрения, аргументировано отвечать на правовые позиции иных участников групповой дискуссии, способность «на ходу» оценивать свои и чужие аргументы и факты, свободно оперировать фактическим материалом и без предварительной подготовки обрабатывать возникающие вопросы и проблемы. Семинар-дискуссия может содержать элементы «мозгового штурма»: участники стремятся выдвинуть как можно больше идей, не подвергая их критике; потом выделяются главные, они обсуждаются и развиваются, оцениваются возможности их доказательства или опровержения.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

Чумиков А.Н.	Медиарилейшнз	Аспект Пресс	2014	http://www.iprbookshop.ru/21062.html
Кошелева А.Н.	Психология Интернет-коммуникации	Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена	2015	http://www.iprbookshop.ru/51692.html
Шариков Ф.И.	Интерактивные электронные коммуникации (возникновение «Четвертой волны»)	Дашков и К	2015	http://www.iprbookshop.ru/14043.html

6.2. Дополнительная литература.

Засурский Я.Н., Вартанова Е.Л., Землянова Л.М., Кумылганова И.А.	К мобильному обществу. Утопии и реальность	МГУ	2009	http://www.iprbookshop.ru/13342.html
Александрова О.В., Алексанрова И.О., Артамонова Ю.Д., и др.	Язык средств массовой информации	Академический Проект, Альма Матер	2015	http://www.iprbookshop.ru/36864.html

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е., Смыслова О.В. Интернет: воздействие на личность. - М.: Можайск-Терра, 2000
2. Войскунский А.Е. Интернет - новая область исследований в психологической науке. Ученые записки кафедры общей психологии МГУ. Выпуск 1. - М.: Смысл, 2002
3. Войскунский А.Е. Метафоры Интернета. М.: Вопросы философии, N 11, 2001
4. Войскунский А. Е. Психологические исследования феномена Интернет – аддикции. М.: Психологический журнал, №1, 2004
5. Войскунский А.Е. Феномен зависимости от Интернета. Гуманитарные исследования в Интернете.- М.: Можайск- Терра, 2000

6.4. Нормативные правовые документы.
Не предусматриваются

6.5. Интернет-ресурсы.

1. http://www.olshevsky.ru/ (Сайт консалтинговой компании Александра Ольшевского)
2. http://www.okresearch.ru/oknews.htm (Сайт исследовательского агентства О+К)
3. http://www.bma.ru/ (Сайт аналитического центра «Бизнес и Маркетинг»)

6.6. Иные источники.

1. www.nnir.ru (Российская национальная библиотека)
2. www.nns.ru (Национальная электронная библиотека)
3. www.rsi.ru (Российская государственная библиотека)
4. http://iprbookshop.ru/ (Электронная научная библиотека РАНХиГС)
5. http://elibrary.ru/defaultx.asp (Электронная библиотека)
6. https://www.biblio-online.ru/ (Электронная библиотека издательства «Юрайт»)
7. https://e.lanbook.com/ (Электронная библиотека издательства «Лань»)
8. www.google.ru (Поисковая система)
9. www.yandex.ru (Поисковая система)

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специализированного оснащения для выполнения практических занятий и заданий не требуется.

Для реализации дисциплины необходимо следующее материально-техническое и программное обеспечение, включающее аудитории, программное обеспечение, технические средства:

- Аудитории со столами по количеству студентов, оборудованные экраном и проектором (допускается использование переносной/мобильной техники);
- Программное обеспечение Microsoft Word или аналог;
- MS PowerPoint или аналогичный редактор презентаций (допускается наличие в компьютерных классах при предоставлении доступа студентам по предварительному запросу).