

**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» мая 2019 г. № 9

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.36 «Интернет-коммуникации»
(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности))

«Управление социальными коммуникациями» (Liberal Arts)

(направленность (профиль))

Бакалавр

(квалификация)

Очная

(форма обучения)

2019

(год набора)

Москва, 2019 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Преподаватель
Доцент к.фил.н.
Доцент к.фл.н., доцент

Бероева Нигина Андреевна
Глазков Алексей Владимирович
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.О.36 «Интернет-коммуникации» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК – 6.3	Способность осуществлять обмен информацией при устных и письменных контактах, используя технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ПКо ОС LA-3	Способен разрабатывать, редактировать и продвигать рекламный продукт, используя методы производства мультимедийного контента	ПКо ОС LA -3.3	Способность разрабатывать композиционное решение рекламного продукта с помощью методов создания визуального образа

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

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ОПК – 6.3	на уровне знаний: - понятия визуальной коммуникации в рекламных кампаниях и степень ее влияния на потребителя; основных технологий коммуникативного воздействия на большие аудитории людей; - о способах и формах взаимосвязи между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и рекламной деятельностью; - об уровнях, каналах и инструментарии современного коммуникативного процесса с применением визуальных и цифровых коммуникаций;
	на уровне умений: - использовать способы и методы визуальных и цифровых коммуникаций; - извлекать из цифровых носителей, преобразовывать, готовить к представлению (в т.ч. для публикации в Интернете) информацию различного вида современными программными и техническими средствами; - выбирать средства и технологии диджитал-коммуникаций, соответствующие решаемым профессиональным задачам.
	на уровне навыков:

	<ul style="list-style-type: none"> - использования технологий управления обменом информации в сетях, обеспечивающую информационную безопасность; практической работы в глобальной сети Word Wide Web; использования программного обеспечения и технологий в профессиональной деятельности; использования программных средств в компьютерных сетях;
ПКО ОС LA -3.3	<p>на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы и правила создания рекламы и принципами работы в сфере связей с общественностью при планировании и организации коммуникационных и рекламных кампаний - правила композиции рекламного продукта. - методы проектирования рекламного продукта. <p>на уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создать рекламу и наладить работу отдела по связям с общественностью. - осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта. - разрабатывать композиционное решение рекламного продукта. <p>на уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования приемов создания рекламы. - навыками использования художественных форм реализации рекламной идеи. - навыками использования методов создания визуального образа.

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.О.36 «Интернет-коммуникации», 3 курс, 6 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом

— дисциплина реализуется после изучения: Б1.О.25 «Коммуникационный менеджмент», Б1.О.19 «Повседневность и социальные коммуникации», Б2.О.01(У) «Профессионально-ознакомительная 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	СР	

		по видам учебных занятий						
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ЭО, ДОТ*	ПЗ/ЭО, ДОТ*	КС Р		
Очная форма обучения								
Тема 1	Особенности организации коммуникации в интернете	8/6			4/3		6/4,5	О, Д
Тема 2	Средства интернет-коммуникаций	16/12			4/3		6/4,5	О, Д
Тема 3	Поисковое продвижение сайта	8/6			4/3		6/4,5	О,Д
Тема 4	Основы контекстной рекламы	16/12			4/3		6/4,5	ДЗ
Тема 5	Социальные сети и блогосфера как каналы коммуникаций	8/6			4/3		6/4,5	О, Д, ДЗ
Тема 6	Анализ и планирование интернет-коммуникаций	8/6			4/3		6/4,5	О, ДЗ
Тема 7	Эффективность маркетинговых действий в интернете	8/6			4/3		8/6	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.О.36 «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
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК – 6.3	Способность осуществлять обмен информацией при устных и письменных контактах, используя технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ПКо ОС LA-3	Способен разрабатывать, редактировать и продвигать рекламный продукт, используя методы производства мультимедийного контента	ПКо ОС LA -3.3	Способность разрабатывать композиционное решение рекламного продукта с помощью методов создания визуального образа

Этап компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания
ОПК – 6.3	Использует современные цифровые технологии в своей деятельности	Знает и применяет основные компьютерные программы, необходимые для обработки медийных материалов(файлов) извлекать из цифровых носителей, преобразовывать, готовить к представлению (в т.ч. для публикации в интернете) информацию различного вида современными программными и техническими средствами.
ПКо ОС LA - 3.3	Умеет сформулировать визуальный образ продукта	Студент в состоянии понять как должен выглядеть рекламный продукт визуально

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 – 41-100%
«Незачет»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 40%

4.3. Методические материалы

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	На практических занятиях осуществляется проработка

занятия	<p>содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники.</p> <p>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.</p>
Групповая дискуссия, диспут	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

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., Александрова 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., Смылова 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).