

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

Институт общественных наук

Кафедра политических и общественных коммуникаций

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой политических и
общественных коммуникаций
Протокол от «23» мая 2018 г. №10

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.2.2 Паблик рилейшнз в интернете

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности))

"Диджитал реклама и связи с общественностью"

(направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))

бакалавр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма(ы) обучения)

Год набора - 2019

Москва, 2018 г.

Автор-составитель:

Старший преподаватель кафедры политических общественных коммуникаций ИОН ,
Камоза Татьяна Михайловна

Старший преподаватель кафедры политических общественных коммуникаций ИОН ,
Поляков Максим Львович

Ассистент кафедры политических и общественных коммуникаций
Мореев Дмитрий Олегович

Заведующий кафедрой
политических и общественных
коммуникаций, профессор, PhD

С. Потоликкио

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	
2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.....	
3. Содержание и структура дисциплины (модуля).....	
4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).....	
4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	
4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.....	
4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.....	
4.4. Методические материалы.....	
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 (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина «Паблик рилейшнз в интернете» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК -3	Обладать навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.	3 этап (код этапа ПК -3.3)	Способность принимать организационно-управленческие решения при работе с малыми коллективами, применяя методы управления малыми коллективами..
ПК -12	Способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	3 этап (код этапа ПК -12.3)	– Способность под контролем выполнять мониторинг, SWAT-анализ, контент-анализа, проведение и оценку PR-мероприятия

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

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
определение порядка реализации коммуникационной стратегии.	3 этап (код этапа ПК - 3.3)	на уровне знаний:- принципов и содержания системы, свойства систем, классификация систем, системный подход, принципы системного подхода, гражданская позиция, мировоззренческая позиция; понятий и проблем социального и личностного развития человека, феномена социальных групп и командной работы, принципов проведения и организации различных форм командной работы, а также знание следующих категорий и понятий: толерантность, гуманизм, дискриминация, стигматизация.
		использовать в своей деятельности различные формы организации командной работы; применять техники и приемы эффективного общения; объяснять феномены общения; устанавливать доверительные

		взаимоотношения.
		на уровне навыков: - самостоятельного разрешения конфликтных ситуации в группе; самостоятельной организации работы группы; организовывать эффективную работу группы; различения потенциально уязвимых по отношению к дискриминации группы, требующих проявления толерантности.
		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;
планирование работ.	3 этап (код этапа ПК - 12.3)	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; -управлять общественным мнением.
		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. - технологиями формирования общественного мнения в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере.

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.2.2 «Паблик рилейнз в интернете» в рамках образовательной программы 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Реклама и связи с общественностью в государственном управлении» является одной из дисциплин по выбору студента и входит в вариативную часть учебного плана, преподается на четвертом курсе в восьмом семестре, ее общая трудоемкость составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый теоретический объем знаний, полученный ранее студентами при освоении знаний социального и экономического цикла (обществознание, психология, социология, экономика, философия и др.), а также на приобретенные навыки использования и анализа специализированной литературы.

Дисциплина реализуется после изучения следующих модулей: «Основы теории коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций», «Основы маркетинга», «Информационные технологии», «Введение в PR» и др.

Изучение дисциплины включает в себя 14 часов практических занятий и 58 часов самостоятельной работы обучающихся. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

№ 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	PR в интернете: возможности	10			2		8	О, Д
Тема 2	Основные решения PR в интернете	10			2		8	О, Д
Тема 3	Подготовка проведения PR- кампании в интернете	10			2		8	О, Д
Тема 4	PR в электронной коммерции	10			2		8	О, Д
Тема 5	Использование интернет – PR в русском бизнесе	10			2		8	О, Д
Тема 6	PR в интернете: настоящее и будущее	12			2		10	О, Д
Тема 7	Требования к специалистам в сфере интегрированных интернет- коммуникаций	10			2		8	О, Д
Промежуточная аттестация								Зачет с оценкой
Всего:		72			14		58	

Примечание:

* – при применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в соответствии с учебным планом;

** – 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.

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

Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. PR в интернете: возможности

PR-возможности интернета. Принципы «устройства» интернета: структура, средства передачи данных, система адресации. Особенности PR в интернете: Web-PR, Net-PR, Online-PR. Направления развития PR-деятельности: СМИ, массовые коммуникации, коммуникации с группами.

Тема 2. Основные решения PR в интернете

Маркетинговый подход к веб-сайту. Типология интернет-коммуникации. Значение и цель корпоративного сайта. Использование сайта как PR-инструмента. Виды сайтов. Средства PR в интернете и формы их реализации. E-mail рассылки. Этические принципы рассылок. Обмен ссылками и баннерные сети. Контекстная реклама. Организация вебинаров. Проведение online мероприятий. Социальные сети: специфика коммуникаций, использование сетей для достижения целей PR-кампании и их эффективность. Блогосфера: реализация PR-действий с помощью блогов.

Тема 3. Подготовка проведения PR-кампании в интернете

Этапы PR-кампании: формирование команды и распределений ролей в ней, установка контактов с целевой аудиторией, со СМИ и государственными и общественными организациями. Сбор данных: анкетирование, online интервью. Анализ online статистики. Оценка целесообразности различных действий: создания пресс-релизов, интернет-публикаций, организации акций и др. Выбор направлений деятельности в зависимости от целей, бюджета, уровня конкуренции и т.д. Планирование и прогнозирование эффективности PR-кампании.

Тема 4. PR в электронной коммерции

Разработка концепции продвижения интернет-магазина: анализ внешней ситуации и внутренних ресурсов и возможностей. PR-активность в интернете в процессе организации, развития и функционирования online торговли. Анализ целевой аудитории и выбор механизмов PR-воздействия. Оценка эффективности использования различных механизмов: влияние PR-акций на конверсию и объем продаж.

Тема 5. Использование интернет – PR в российском бизнесе

Бизнес-коммуникации в российском интернете: понятие, целевая аудитория, особенности, риски и оценка эффективности. Интегрированные коммуникации: внутренние и внешние. Возможности интегрированных коммуникаций на российском рынке.

Тема 6. PR в интернете: настоящее и будущее

Возникновение интегрированных коммуникаций. Их характеристики, структура, достоинства и недостатки. Вариативность участников интегрированных коммуникаций. Место PR в бизнес-коммуникациях. Ретроспективный анализ интегрированных коммуникаций в России и за рубежом. Возможные направления развития интегрированных коммуникаций и роль PR-деятельности в них.

Тема 7. Требования к специалистам в сфере интегрированных интернет-коммуникации

Коммуникативная компетентность в области интегрированных интернет-коммуникаций: понятие, типы и модели. Требования к специалисту: профессиональные, этические и правовые. Необходимость постоянного улучшения знаний и навыков в меняющейся социальной среде. Способы повышения коммуникативной компетентности.

4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

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

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Паблик рилейшнз в интернете» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
PR в интернете: возможности	Опрос, диспут (групповая дискуссия), case-study
Основные решения PR в интернете	Опрос, диспут (групповая дискуссия), case-study
Подготовка проведения PR-кампании в интернете	Опрос, диспут (групповая дискуссия), case-study
PR в электронной коммерции	Опрос, диспут (групповая дискуссия), case-study
Использование интернет – PR в российском бизнесе	Опрос, диспут (групповая дискуссия), case-study
PR в интернете: настоящее и будущее	Опрос, диспут (групповая дискуссия), case-study
Требования к специалистам в сфере интегрированных интернет-коммуникаций	Опрос, диспут (групповая дискуссия), case-study

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета, выставляемого за ответы на вопросы по пройденному материалу.

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости.

Примеры вопросов для обсуждения на практических занятиях

1. Типология коммуникаций в интернете. Особенности интернет-аудитории
2. PR-активность в блогосфере: возможности и ограничения
3. Этапы планирования PR-кампании в интернете
4. Электронная почта как инструмент PR
5. Подготовка и проведение online интервью
6. Оценка эффективности PR-акций (на примере интернет-магазина)
7. Современные требования к специалисту в области интегрированных коммуникаций
8. Intranet и внутрикорпоративный PR
9. Внутренние и внешние интегрированные коммуникации
10. Место PR в бизнес-коммуникациях

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 -3	Обладать навыками организационно-управленческой работы с малыми	3 этап (код этапа ПК -3.3)	Способность принимать организационно-управленческие решения при работе с малыми коллективами, применяя методы

	коллективами.		управления малыми коллективами..
ПК -12	Способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	3 этап (код этапа ПК -12.3)	– Способность под контролем выполнять мониторинг, SWAT-анализ, контент-анализа, проведение и оценку PR-мероприятия

Этап компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания
3 этап (код этапа ПК -3.3)	Применяет навыки выстраивания внутренних коммуникационных систем и навыки управления коммуникационными проектами.	Студент применяет навыки управления малыми коллективами, легко взаимодействует с малыми группами
3 этап (код этапа ПК -12.3)	Демонстрирует знания ведения пиар и рекламных кампаний, мероприятий Демонстрирует владение широким спектром коммуникационных инструментов.	Студент применяет навыки ведения коммуникационных проектов на практике Применяет методы и инструменты тактического планирования коммуникаций, коммуникационные инструменты

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета с оценкой в форме устного ответа на

4.2.3. Типовые оценочные средства

Примеры вопросов к зачету по дисциплине «Интернет - PR»

Вопросы
<p>Интернет: структура, средства передачи данных, система адресации. Особенности PR в интернете: Web-PR, Net-PR, Online-PR. Направления развития PR-деятельности: СМИ, массовые коммуникации, коммуникации с группами.</p> <p>Значение и цель корпоративного сайта. Использование сайта как PR-инструмента. Виды сайтов. Средства PR в интернете и формы их реализации. E-mail рассылки, этические принципы рассылок. Обмен ссылками и баннерные сети. Контекстная реклама. Социальные сети: специфика коммуникаций. Использование сетей для достижения целей PR-кампании и их эффективность. PR-активность в блогосфере: возможности и ограничения.</p> <p>Этапы планирования PR-кампании в интернете. Подготовка и проведение online</p>

интервью. Анализ online статистики. Выбор направлений PR-деятельности в зависимости от целей, бюджета, уровня конкуренции и т.д. Планирование и прогнозирование эффективности PR-кампании в сети.

Разработка концепции продвижения интернет-магазина: основные этапы и «подводные камни». PR-активность в интернете в процессе организации, развития и функционирования online торговли. Оценка эффективности влияния PR-акций на конверсию и объем продаж.

Бизнес-коммуникации в российском интернете: понятие, целевая аудитория, особенности, риски и оценка эффективности. Внутренние и внешние интегрированные коммуникации. Возможности интегрированных коммуникаций на российском рынке.

Интегрированные коммуникации: характеристики, структура, достоинства и недостатки. Место PR в бизнес-коммуникациях. Ретроспективный анализ интегрированных коммуникаций в России и за рубежом.

Коммуникативная компетентность в области интегрированных интернет-коммуникаций: понятие, типы и модели. Требования к специалисту: профессиональные, этические и правовые. Необходимость постоянного улучшения знаний и навыков в меняющейся социальной среде. Способы повышения коммуникативной компетентности.

Шкала оценивания.

Знания, умения, навыки студента на экзамене/зачете оцениваются оценками:

«отлично» – 5,

«хорошо» – 4,

«удовлетворительно» – 3,

«неудовлетворительно» – 2.

Положительными оценками являются: 3-5

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

5 «Отлично»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 86-100%
4 «Хорошо»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 70-85%
3 «Удовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-69%
2 «Неудовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

Оценивание студента в процессе промежуточной аттестации по дисциплине «Интернет - PR»

Оценка	Требования к знаниям
5, «отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает его на зачете; умеет тесно увязывать теорию с практикой; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не

	<p>затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение.</p> <p>Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют высокую степень овладения программным материалом.</p>
4, «хорошо»	<p>Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы; правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач; владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.</p> <p>Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.</p>
3, «удовлетворительно»	<p>Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только по основному материалу, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.</p> <p>Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.</p>
2, «неудовлетворительно»	<p>Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки; не выполняет или неуверенно, с большими затруднениями, выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.</p> <p>Учебные достижения в семестровый период и результаты рубежного контроля демонстрируют невысокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.</p>

Оценивание студента в процессе формирования и освоения компетенций в рамках изучения дисциплины «Интернет - PR»:

Низкий уровень («неудовлетворительно/не зачтено») - компетенция не освоена или освоена в недостаточной мере. Студент не знает, либо знает на слабом уровне теоретический материал по дисциплине. Не владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы или называет их неуверенно, с ошибками.

Пороговый (базовый) уровень («удовлетворительно/зачтено») - компетенция освоена удовлетворительно. Студент освоил основную базу теоретических знаний. Владеет терминологией и основными понятиями из профессиональной сферы.

Продвинутый уровень («хорошо/зачтено») - компетенция освоена достаточно

хорошо. Студент знает теоретический материал по дисциплине, умеет применить эти знания на практике. Чётко и ясно формулирует свои мысли. Знает специальную литературу по профессиональным вопросам.

Высокий уровень («отлично/зачтено») - компетенция освоена в полной мере или на продвинутом уровне. Студент знает теоретический материал, умеет применить эти знания на практике и имеет опыт в профессионально-практической деятельности. Приводит актуальные примеры из сферы профессиональной деятельности; демонстрирует способности к нестандартной интерпретации поставленного вопроса.

4.4. Методические материалы

В начале семестра до студентов доводится информация о структуре набора баллов за семестр:

Максимальный балл за посещение занятий и активную работу в семестре (варианты вопросов, обсуждаемых на занятиях, приведены в п.4.2) – 40 баллов.

Максимальный балл за ответ во время сдачи зачета – 60 баллов.

Вес оценки на зачете превосходит максимальный балл за активную работу в семестре: оценивание производится на разных этапах формирования компетенций.

В результате каждый студент четко представляет структуру оценивания и потенциальные возможности по набору баллов.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучение по дисциплине «Интернет - PR» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (практические занятия) и самостоятельную работу студентов. Семинарские занятия дисциплины «Интернет - PR» предполагают их проведение в различных формах (в том числе, и в интерактивной) с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий, описанных в п.1 и п. 4.

Подготовка к семинарским занятиям:

- внимательно ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы; последние являются эффективными формами работы;
- рабочая программа дисциплины в части целей, перечня знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к зачету. К зачету необходимо готовиться целенаправленно, регулярно, систематически с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить

дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на семинарских занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

При организации обучения по дисциплине «Интернет - PR» преподаватель должен обратить особое внимание на организацию семинарских занятий и самостоятельной работы студентов, поскольку курс предполагает широкое использование интерактивных методов обучения. Для проведения семинарских занятий необходимо активно использовать методы работы в малых группах, вовлечение в индивидуальную работу. Задача преподавателя состоит в максимальном отказе от роли лектора, его функции состоят главным образом в модерации образовательного процесса. Материалы для занятий необходимо обновлять ежегодно, учитывая изменяющиеся условия.

Самостоятельная работа студентов

Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнительных часов к аудиторной работе в виде самостоятельной работы студентов. Выделяемые часы целесообразно использовать для знакомства с дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и современных подходов к осмыслению рассматриваемых проблем. К самостоятельному виду работы студентов относится работа в библиотеках, в электронных поисковых системах и т.п. по сбору материалов, необходимых для проведения практических занятий или выполнения конкретных заданий преподавателя по изучаемым темам. Студенты могут установить электронный диалог с преподавателем, выполнять посредством него контрольные задания.

Занятия по дисциплине «Интернет - PR» представлены практическими занятиями и самостоятельной работой студентов.

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с включенными в программу разделами дисциплины, обсуждением отдельных вопросов, выступлением и участием в дискуссиях, решением кейсов.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся к семинарским занятиям и впоследствии к зачету.

Текущая аттестация студентов.

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Интернет - PR» проводится в

соответствии с Уставом Академии, Положением о текущей аттестации студентов по программам ВО и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Интернет - PR» проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость занятий по аттестуемой дисциплине);
 - степень усвоения теоретических знаний;
 - уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы, уровень сформированности компетенций;
 - результаты самостоятельной работы.

Активность студента на занятиях оценивается по его выступлениям по вопросам практических занятий.

Оценивание студента на занятиях осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы в соответствии с технологической картой дисциплины. Оценивание студента на контрольной неделе также осуществляется по балльно-рейтинговой системе с выставлением оценок в ведомости и указанием количества пропущенных занятий.

Промежуточная аттестация студентов.

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Интернет - PR» проводится в соответствии с Уставом Академии, Положением о промежуточной аттестации студентов по программам ВПО. Студенты допускаются к зачету по дисциплине в случае выполнения ими учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия. Зачет принимает преподаватель, ведущий занятия. Итоговая оценка знаний студента на зачете носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом непосредственно во время сдачи зачета;
- учебными достижениями в семестровый период.

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются оценками «зачтено» и «не зачтено». Кроме того, студенту выставляется оценка в соответствии с балльно-рейтинговой системой. Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала и уровень сформированности компетенций, предусмотренного данной рабочей программой.

Виды и формы отработки пропущенных занятий

Студент, пропустивший практическое занятие, отрабатывает его в форме дополнительных домашних заданий соответствующего раздела учебной и монографической литературы (основной и дополнительной) по рассматриваемым на практическом занятии вопросам в соответствии с программой дисциплины или в форме, предложенной преподавателем.

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

6.1.Основная литература.

№ п/п	Фамилия и инициалы автора	Название издания	Издательство	Год издания	Наличие в библиотеке РАНХиГС	Ссылка на электронный источник в ЭБС
1	Вирин Ф.	Интернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов	М.: Манн, Иванов и Фербер, Эксмо	2012		http://www.i-prbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/39654.html
2	Алашкин П.	Все о рекламе и продвижении в Интернете	М.: Альпина Паблишер	2016		http://www.i-prbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/49301.html
3	Кузнецов П.А.	Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии	М.: Дашков и К	2015		http://www.i-prbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/35279.html
4	Стелзнер М.	Контент-маркетинг: новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета	М.: Манн, Иванов и Фербер	2013		http://www.i-prbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/39246.html

6.2 Дополнительная литература.

№ п/п	Фамилия и инициалы автора	Название издания	Издательство	Год издания	Наличие в библиотеке РАНХиГС	Ссылка на электронный источник в ЭБС
1	Шарков Ф.И.	Интегрированные коммуникации. Реклама, публичнейшнз, брендинг: учебное пособие	М.: Дашков и К	2016		http://www.i-prbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561/5249.html
2	Мазилкина Е.И.	Маркетинговые коммуникации: учебно-практическое пособие	М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа	2016		http://www.i-prbookshop.ru.ezproxy.ranepa.ru:3561

						/57161.html
3	Заррелла Д.	Интернет-маркетинг по науке: что, где и когда делать для получения максимального эффекта	М.: Манн, Иванов и Фербер	2014		http://www.iprbookshop.ru/ezproxy.ranepa.ru:3561/39211.html

6.3 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-2211). http://www.ranepa.ru/images/docs/prikazy-ranhigs/Pologenie_o_samostoyatelnoi_rabote.pdf

6.4. Нормативные правовые документы: нет

6.5 Интернет-ресурсы

1. <http://www.pronline.ru/> (Информационный сайт PR-бизнеса)
2. <http://www.olshevsky.ru/> (Сайт консалтинговой компании Александра Ольшевского)
3. <http://www.okresearch.ru/oknews.htm> (Сайт исследовательского агентства О+К)
4. <http://www.bma.ru/> (Сайт аналитического центра «Бизнес и Маркетинг»)
5. http://www.prguru.ru/?id_razdel=312 (PR-тематический портал)
6. <http://www.sfera-pr.ru/sponsors.html> (Официальный сайт Всероссийского форума молодых PR-специалистов «Сфера»)
7. <http://pr-life.ru/default.page.php> (Информационный PR-портал (Россия)).

6.6. Иные источники.

1. www.nnir.ru (Российская национальная библиотека)
2. www.nns.ru (Национальная электронная библиотека)
3. www.rsl.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)
10. Анисимова Т.В. Риторические параметры PR-послания в Интернете // *Educatio*. — 2015, № 7(14). С. 31. Режим доступа: <http://e.lanbook.com.ezproxy.ranepa.ru:3561/journal/issue/296279>
11. Захарченко Н.П., Захарченко Н.Г. Особенности организаций PR-коммуникаций в сети Интернет и оценка их эффективности // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*. — 2014, № 1. С. 239-244. Режим доступа: <http://e.lanbook.com.ezproxy.ranepa.ru:3561/journal/issue/294872>
12. Красова К.А., Смагина И.В. Возможности PR в социальных сетях и блогах // *Научные записки ОрелГИЭТ*. — 2013, № 1. С. 1-3. Режим доступа: <http://e.lanbook.com.ezproxy.ranepa.ru:3561/journal/issue/294057>
13. Маркони Д. PR: полное руководство: пер. с англ. Д.Р. Геренава, Ю.П.

Леоновой. - М.: Вершина, 2006

14. Мейтленд Я. Рабочая книга PR-менеджера: пер. с англ. – СПб.: Питер, 2007

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

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий: аудитории с компьютерным и проекционным оборудованием для демонстрации презентаций, видеолекций.

Требования к программному обеспечению общего пользования: специализированное оборудование и специализированное программное обеспечение при изучении дисциплины не используется.

Для обеспечения обучения студентов по дисциплине «Интернет - PR» Академия располагает следующей материально-технической базой:

- помещениями для проведения семинарских и практических занятий, оборудованными видеопроекционным оборудованием для демонстрации презентаций PowerPoint, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в сеть Интернет;
- библиотекой, имеющей рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет;
- компьютерными классами.