

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

## Б1.В.ДВ.02.01 Паблик-рилейшнз в итернете

### Автор:

Старший преподаватель кафедры  
интегрированных  
коммуникаций ИОН

Камоза Т. М.

Старший преподаватель кафедры  
интегрированных  
коммуникаций ИОН

Поляков М.Л.

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) «Диджитал реклама и связи с общественностью»

**Квалификация (степень) выпускника:** бакалавр

**Форма обучения:** очная

### Цель освоения дисциплины:

Сформировать знания, умения и навыки в рамках осваемых ключевых компетенций в соответствии с матрицей и паспортами компетенций ОП ВО, необходимых для будущей профессиональной деятельности работника сферы рекламы и связей с общественностью; сформировать умения для самостоятельной работы, научить обучающихся профессиональному подходу к изучению дисциплины; правильной самоорганизации учебного процесса и во внеучебной деятельности

### Содержание дисциплины

#### 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.

**В ходе реализации дисциплины «Антикризисный паблнк-рилейшнз» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:**

#### **Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:**

при проведении занятий лекционного типа:

- занятия лекционного типа не предусматриваются

при проведении занятий семинарского типа:

- диспуты, доклады, рефераты, тестирование

при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

- домашние задания

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

#### **Основная литература:**

1. Вирин Ф. Интернет-маркетинг : полный сборник практических инструментов / Вирин Ф.. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, Эксмо, 2012. — 288 с. — ISBN 978-5-699-54355-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/39654.html>
2. Алашкин П.А. Всё о рекламе и продвижении в Интернете / Алашкин П.А.. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 220 с. — ISBN 978-5-9614-1055-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86863.html>
3. Кузнецов П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / Кузнецов П.А.. — Москва : Дашков и К, 2018. — 132 с. — ISBN 978-5-394-02789-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85382.html>

