

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ

ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Кафедра теории и практики общественных связей

**ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ И НОВЫЕ МЕДИА В СВЯЗЯХ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Код и наименование направления подготовки/специальности

Связи с общественностью и коммуникативные технологии

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2023

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ И НОВЫЕ МЕДИА В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Рабочая программа дисциплины

Составитель: преподаватель кафедры общественных
связей, туризма и гостеприимства Кеслер Е.В.

Ответственный редактор:
*доктор. филос. наук, профессор, заведующий кафедрой
теории и практики общественных связей С.В. Клягин*

.....

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры теории
и практики общественных связей
№ 11 от от 14.04.23г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
2. Структура дисциплины	5
3. Содержание дисциплины	6
4. Образовательные технологии	6
5. Оценка планируемых результатов обучения	6
5.1 Система оценивания	6
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	7
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	10
6.1 Список источников и литературы	10
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	11
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы	11
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	11
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	11
9. Методические материал	13
9.1 Планы семинарских занятий	13
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	17
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины	18

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – дать общее понятие о существующих возможностях продвижения в среде интернет, используя как традиционные ресурсы, так и ресурсы WEB 2.0.

Задачи дисциплины:

- формировать представления о специфике PR и рекламы в интернете, типах, структуре и содержании интернет-кампании, концептуальных основах и моделях построения в зависимости от масштабов кампании; обучение использованию новейших интернет-технологий в реализации интернет-кампаний.

- формировать у студентов навыки самостоятельной деятельности по продвижению в среде интернет, планированию и программированию (стратегический анализ, разработка предложения, утверждение программы) и организации их деятельности как части профессиональной деятельности выпускника факультета.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать: специфику использования интернет-технологии и новых медиа при создании текстов рекламы и связей с общественностью. Уметь: применять интернет-технологии и новые медиа при создании текстов рекламы и связей с общественностью. Владеть: навыками использования интернет-технологий и новых медиа при создании текстов рекламы и связей с общественностью.
ПК-5. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-5.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде	Знать: специфику использования интернет-технологии и новых медиа при реализации коммуникационного продукта. Уметь: применять интернет-технологии и новые медиа при реализации коммуникационного продукта. Владеть: навыками использования интернет-технологий и новых медиа при реализации коммуникационного продукта.
	ПК-5.3. Использует современные технические средства и основные	Знать: современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для

	технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	подготовки текстов рекламы и связей с общественностью. Уметь: использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью Владеть: приемами применения современных технических средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью
--	---	---

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Интернет-технологии и новые медиа в связях с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях, Цифровые коммуникации, Теория и практика медиакommunikаций, Профессионально-ознакомительная практика.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Медиа-технологии и продвижение, Организация работы пресс-службы, Организация работы коммуникационного агентства, Профессионально-творческая практика, Научно-исследовательская работа, Преддипломная практика.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
V	Лекции	20
V	Семинары/лабораторные работы	22
Всего:		42

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Создание и продвижение интернет-сайтов	Сайт в системе интернет-коммуникаций. Функции сайтов. Типы и виды сайтов. Информационная структура сайта. Юзабилити. Современные тенденции в строительстве сайтов. Основы HTML. Поисковая и пользовательская оптимизация сайта. Оценка эффективности сайта. Дизайн-шаблон сайта из доступных на сервисе. Персонализация шаблона. Подготовка контента для сайта. Поисковая и пользовательская оптимизация сайта. Оценка эффективности ресурсов.
2	Использование средств WEB 2.0 для реализации PR-задач	WEB 1.0, WEB 2.0, WEB 3.0. Понятия «новые медиа» и «социальные сети». Новые функции PR в эпоху WEB 2.0. Актуальные технологии работы с новыми и социальными медиа. Блоги и blog relations. Социальные медиа, микроблоги и маркетинг социальных медиа (SMM). Использование возможностей блогов и социальных сетей для решения бизнес-задач. Изучение и исследование присутствия тематики в среде интернет. Создание блога на базе Livejournal, Twitter и аккаунта на Facebook, сопряженных с сайтом.

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	5 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	30 баллов
- контрольная работа (тема 1)	25 баллов	25 баллов
Промежуточная аттестация – зачет с оценкой (коллоквиум)		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные средства текущего контроля

Форма текущего контроля: тестирование.

Формируемые компетенции: ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-5.2; ПК-5.3.

Критерий оценки тестирования:

Количество баллов за тест определяется количеством правильных ответов.

Примерные тестовые задания:

1. Что такое PR (Public Relations)?

1. направление в маркетинговых коммуникациях, в рамках которого производится одностороннее распространение информации.
2. это управление коммуникациями организации с её целевой аудиторией, с целью наладить устойчивые связи, доверие и взаимопонимание.

3. привлечение широкого круга лиц для решения вопросов инновационного развития компания, реализуемого за счёт привлечения их финансов, знаний и опыта.
2. В чём заключается главное отличие рекламы от PR?
 1. Реклама реализуется через СМИ
 2. Реклама в отличие от PR преследует цель: привлечение внимания потенциального потребителя услуг.
 3. Реклама носит односторонний характер.
 3. Чем занимается релайтер?
 1. Осуществляет комплекс мероприятий, направленных на взаимодействие с общественностью.
 2. Проводит исследование рынков с целью изучения общественного мнения.
 3. Распространяет информацию с помощью социальных сетей о продуктах компании.
 4. Пресс-релиз — это
 1. письменное информационное сообщение в виде бюллетеня, содержащее в себе актуальные новости о компании, её позиция по какому-либо вопросу, предназначенное для публикации в СМИ.
 2. непосредственная встреча с журналистами.
 3. официальный печатный документ компании, о её достижениях за определённый период, как правило, финансовый квартал.
 5. Использование байлайнера в PR добавляет публикациям...
 1. Конверсионность.
 2. Лидогенерацию.
 3. Серьёзность и солидность.
 6. Информационный повод — это...?
 1. Событие, способное заинтересовать публику и при определенных условиях создать информационное сообщение.
 2. Повод, имеющий цель презентовать продукцию компании для дальнейшего роста объёмов сбыта.
 7. Представления персонала о своей компании составляют...
 1. внутренний PR-имидж компании.
 2. модель социального партнерства.
 3. манипулятивную модель PR.
 4. информационную модель PR.
 8. Наиболее предпочтительный способ воздействия на адресата в практике PR?
 1. Принуждение.
 2. Контрманипуляция.
 3. Сотрудничество.

Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации (зачет с оценкой)

Форма проведения промежуточной аттестации: коллоквиум.

Формируемые компетенции: ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-5.2; ПК-5.3.

1. Разнообразие и виды сайтов: поисковые, корпоративные, сайт-визитки, информационные, новостные, блоги, социальные сети.
2. Цели сайтов и их задачи. Специфика контента.
3. Типы и виды информации и в среде интернет.
4. Основные информационные блоки сайтов.
5. Расположение основного меню.
6. Страницы и подстраницы.
7. Особенности дизайна.
8. Понятие юзабилити.
9. Основы языка HTML. Основные тэги и правила.
10. Поисковая и пользовательская оптимизация: тексты для веб, гиперссылки внешние и внутренние, партнерские программы, регистрация в каталогах.
11. Основной критерий при выборе тематики- реалистичность проекта и возможность это дальнейшего практического использования студентом.
12. Формулировка целей и задач проекта. Определение Целевой аудитории проекта.
13. Формулировка доменного имени и проверка доступности.
14. Поиск и обзор сайтов-конкурентов, выявление сильных и слабых сторон. Обобщение и выводы.
15. Регистрация на бесплатном хостинге.
16. Формирование информационной структуры сайта. Выделение разделов и подразделов, рубрик и подрубрик, страниц и подстраниц.
17. Определение общей навигации по сайту.
18. Подготовка и публикация текстов. распределение по рубрикам и страницам.
19. Аудио-, видео- и фото-контент.
20. Тэгирование текстов.
21. Регистрация в каталогах (Яндекс, Google, Rambler).
22. Поиск он-лайн партнеров, выставление партнерских гиперссылок и баннеров.
23. Обновления сайта.
24. Поиск внешних тематических новостей, публикация с гиперссылкой.
25. История возникновения блогов. Основные блог-сервисы: Livejournal.com, Wordpress.com, Vlogpost.com и др.
26. Особенности блогов, их отличие от форумов и иных интерактивных ресурсов.
27. Влияние блогов на социальную, экономическую и политическую жизнь.
28. Социальные медиа: история появления и история успеха.
29. Facebook и другие социальные сети. Функции и возможности. Глобальность явления.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Список источников и литературы

Литература

Основная

1. Гуриков, С. Р. Интернет-технологии: учебное пособие / С.Р. Гуриков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 174 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1044018. - ISBN 978-5-16-016517-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1044018>
2. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва: Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 426 с. - (Учебники Высшей школы экономики). - ISBN 978-5-7598-2025-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209258>

3. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515503>
4. Хорольский, В. В. Социокультурные аспекты глобализации масс-медиа: курс лекций / В. В. Хорольский. - 3-е изд., стер. - Москва: ФЛИНТА, 2020. - 175 с. - ISBN 978-5-9765-2469-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1150923>

Дополнительная

1. Кириллова, Н. Б. Медиалогия как синтез наук: монография / Н. Б. Кириллова. — Москва: Академический Проект, 2020. — 368 с. — ISBN 978-5-8291-2678-0. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/133156>
2. Хренов, Н. А. Теория аудитории медиа: публика в истории культуры: учебное пособие для вузов / Н. А. Хренов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 411 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14223-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/49757>

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

- Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
- ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
- Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материал

9.1 Планы семинарских занятий

Семинар 1. Типы, специфика и функции интернет сайтов.

Учебные вопросы:

1. Разнообразие и виды сайтов: поисковые, корпоративные, сайт-визитки, информационные, новостные, блоги, социальные сети.
2. Цели сайтов и их задачи. Специфика контента.
3. Типы и виды информации и в среде интернет.

Электронные ресурсы:

Типы сайтов. <http://galleo.ru/articles/s46>

Виды и типы сайтов: <http://www.cms-soft.ru/katalog/10/index.php>

Семинар 2. Информационная структура сайта. Юзабилити.

Учебные вопросы:

1. Основные информационные блоки сайтов.
2. Расположение основного меню.
3. Страницы и подстраницы.
4. Особенности дизайна.
5. Понятие юзабилити.

Разбор сайтов:

Я. Нильсен. «Веб-дизайн», стр. 10-30.

Я. Нильсен. 10 главных ошибок веб-дизайнера. Эл. Ресурс
[<http://www.webmascon.com/topics/designdetails/33a.asp>]

Я. Нильсен. 10 правил юзабилити главных страниц. Эл. Ресурс
[<http://www.webmascon.com/topics/designdetails/30a.asp>]

К. Уодтке. Информационная архитектура: чертежи для сайта.

А. Кириллович. Информационная архитектура блогов. Эл. Ресурс
[<http://www.alik.su/articles/uprising-against-blogs/>]

Семинар 3. Основы HTML. Поисковая и пользовательская оптимизация сайта.

Учебные вопросы:

1. Основы языка HTML. Основные тэги и правила.
2. Поисковая и пользовательская оптимизация: тексты для веб, гиперссылки внешние и внутренние, партнерские программы, регистрация в каталогах.

Литература

1. Гуриков, С. Р. Интернет-технологии: учебное пособие / С.Р. Гуриков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 174 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1044018. - ISBN 978-5-16-016517-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1044018>
2. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493319>

Семинар 4. Оценка эффективности сайта

Учебное задание: используя знания, приобретенные на предыдущих семинарах, выбрать сайт (по свободному выбору студента) и оценить его эффективность.

Схема оценки эффективности:

Основные критерии оценки сайтов

1. Маркетинговая концепция сайта

1. Тип сайта (промо-проект, информационно-корпоративный проект и т.п.) и соответствие выбранного типа сайта целям и задачам, поставленным перед ним;
2. Широта охвата целевой аудитории сайтом, наличие для каждого сегмента целевой аудитории собственных информационных разделов (кстати, тут же можно оценить полноту регистрации всевозможных доменных имен, т.к. в банковской сфере использование «схожих» доменных имен как способ информационной борьбы с конкурентом, - эффективный маркетинговый прием)
3. Информационно-структурная концепция сайта и ее соответствие задачам сайта;
4. Дизайн концепция сайта и ее соответствие целям и задачам проекта;
5. Интерактивные сервисы сайта, как способ решения стоящих перед ним задач;

2. Реализация сайта

1. Реализация дизайна сайта, «функциональность» креатива
2. Реализация системы навигации на сайте.
3. Техническая чистота сайта:
4. Оправдывает ли себя время загрузки страницы?
5. Если есть Flash intro, то предусмотрена ли функция пропуска заставки?
6. Как открывает при низком разрешении экрана?
7. Техническая работоспособность интерактивных функций
8. Наличие битых ссылок
9. Если ли функция отключения музыки (при ее наличии)
10. Если ли поиск
11. Качество контента: полнота контента, его соответствие лексике целевой аудитории и принципам воспринимаемости контента на сайтах (которое отличается от газетного и журнального), оценим качество визуализации контента и т.п. критерии;
12. Наличие пунктуационных и синтаксических ошибок
13. Качества и количество гиперссылок.

По каждому критерию выставляется балл от 0 до 5. По итогам вычитывается средний балл и дается общая характеристика эффективности сайта.

Семинар № 5. Выбор темы будущего сайта студента.

Учебные вопросы:

1. Основной критерий при выборе тематики- реалистичность проекта и возможность это дальнейшего практического использования студентом.
2. Формулировка целей и задач проекта. Определение Целевой аудитории проекта.
3. Формулировка доменного имени и проверка доступности (например, на сервисе: <http://www.nic.ru/>)
4. Поиск и обзор сайтов-конкурентов, выявление сильных и слабых сторон. Обобщение и выводы.
5. Регистрация на бесплатном хостинге, например www.wordpress.com

Семинар № 6. Выбор дизайн-шаблона сайта из доступных на сервисе. Персонализация шаблона.

Учебные вопросы:

1. Формирование информационной структуры сайта. Выделение разделов и подразделов, рубрик и подрубрик, страниц и подстраниц.
2. Определение общей навигации по сайту.

Семинар № 7. Подготовка контента для сайта*Учебные вопросы:*

1. Подготовка и публикация текстов. распределение по рубрикам и страницам.
2. Аудио-, видео- и фото-контент.

Семинар № 8. Поисковая и пользовательская оптимизация сайта.*Учебные вопросы:*

1. Тэгирование текстов.
2. Регистрация в каталогах (Яндекс, Google, Rambler).
3. Поиск он-лайн партнеров, выставление партнерских гиперссылок и баннеров.
4. Обновления сайта.
5. Поиск внешних тематических новостей, публикация с гиперссылкой.

Семинар № 9. Оценка эффективности ресурсов.*Учебное задание:*

Студенты обмениваются ссылками на свои сайты и оценивают качество выполненной работы друг друга, делают замечания, дают рекомендации.

Раздел 2. Использование средств WEB 2.0 для реализации PR-задач

Цель раздела- научить студентов создавать собственные эффективные сайты в среде интернет. В раздел входит 4 семинарских занятия, где студенты знакомятся с теоретическими разделами сайтостроительства, и 8 практических занятий, в рамках которых студенты реализуют собственный сайт-проект.

Семинар 10. WEB 2.0. История развития. Основные ресурсы.*Учебные вопросы:*

1. WEB 1.0 и WEB 2.0: сравнение и основные характеристики. Ресурсы WEB 2.0: YouTube, Facebook и др. социальные сети, блоги, сервисы Google, подкатинг, Wikies и др.
2. Социальная значимость WEB 2.0.

Семинар 11. Блоги и blog relations.*Учебные вопросы:*

1. История возникновения блогов. Основные блог-сервисы: Livejournal.com, Wordpress.com, Blogpost.com и др.
2. Особенности блогов, их отличие от форумов и иных интерактивных ресурсов.
3. Влияние блогов на социальную, экономическую и политическую жизнь.

Семинар 12. Социальные медиа, микроблоги и маркетинг социальных медиа (SMM)*Учебные вопросы:*

1. Социальные медиа: история появления и история успеха.
2. Facebook и другие социальные сети. Функции и возможности. Глобальность явления.

Семинар 13. Использование возможностей блогов и социальных сетей для решения бизнес-задач.

Учебное задание: Семинар проходит в форме деловой игры. Студентам выдаются кейсы на основе которых происходит деловая игра. Студенты делятся на подгруппы 4-5 человек.

Примеры кейсов

КЕЙС № 1

Компания Samsung рассматривает возможность абонентского PR обслуживания в блогосфере:

- ведение сообщества компании ru_samsung
- составление базы блогеров, работа с ними, предоставления аппаратов на тестирование, и т.п.

- мониторинг блогосферы по самсунгу и конкурентам – отчетность

Форма подачи заявки:

1. Кто вы и какие проекты в блогосфере и интернет у вас есть.
2. Как вы представляете себе работы по указанным выше ориентирам.
3. Примерный бюджет.
4. Соотношение цена/качество
5. Оценка эффективности

КЕЙС № 2

В крупной торгово-производственной компании, работающей в сегменте B2C произошел внутренний кризис, который негативно сказался на репутации компании в целом: за неэффективную работу были уволены 3 сотрудника среднего звена из головного офиса. Уволенные сотрудники очень резко отреагировали на подобное решение руководства, и, используя личные связи, развернули очерняющую кампанию в СМИ, в частности в SM и блогах (информация попала к блогерам, специализирующихся на компроматах). Помимо критики решения руководства и компании в целом, они так же вынесли в СМИ ряд конфиденциальных данных. Руководство компании самостоятельно решило справиться с ситуацией и устроило ответную кампанию в прессе, однако, кроме угроз судом уволенным и выноса «грязного белья», ничего больше они не предприняли, что еще больше усугубило ситуацию. Кризис охватил как и внутреннюю среду компании (нарушилась корпоративная среда и коммуникации внутри коллектива), так и внешнюю: репутация компании в профессиональном сообществе резко снизилась.

Для решения проблемы, компания обратилась в специализирующееся на репутации PR-агентство и попросила в кратчайшие сроки изменить ситуацию и предложить кампанию по восстановлению репутации.

Семинар № 14. Изучение и исследование присутствия тематики в среде интернет.

Учебное задание:

Основание для исследования- тематика сайта, созданного студентами в рамках работы в разделе 1. Период исследования – 5 лет.

Ресурсы:

поисковые машины Яндекс, Google, Yahoo (в т.ч. и специализированные сервисы для поиска по блогам и форумам).

Интернет-СМИ: Лента, РусНовости и др.

Блоги и социальные сети.

Иные информационные ресурсы по тематике созданного сайта.

Цель исследования: выявить основной контекст упоминаний тематики, периоды, когда тематика освещалась активно и когда происходил естественный спад активности в среде интернет. Выявить качество контента.

Семинар № 15-16. Создание блога на базе Livejournal, Twitter и аккаунта на Facebook, сопряженных с сайтом.

Учебные вопросы:

1. Управление контентом.
2. Управление пользовательской активностью.

9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Письменные работы по курсу (аналитико-синтетическое задание, исследовательский проект) выполняются на листах белой бумаги формата А4 (стандартная бумага для принтера). Поля - сверху, снизу и справа 2,5 см, слева 3 см. Шрифт желательно использовать стандартный, без насечек (рекомендуется гарнитура Times New Roman), кегль 12, интервал одинарный, выравнивание текста по ширине. Номера страниц внизу посередине. Они нужны везде, кроме первого (титального) листа. Для оформления ссылок используйте функцию «сноски внизу страницы» в программе Word.

Каждый раздел работы, если он занимает несколько страниц, целесообразно начинать с новой страницы. Если раздел занимает полстраницы, новый раздел можно начать на текущей. Названия разделов выделить жирным шрифтом, выравнивать по центру.

При выставлении оценок за текст исследовательского проекта учитывается: объем и качество проведенной работы с научной литературой по теме исследования, содержание и стиль изложения самого текста проекта, наличие и качество справочно-библиографического аппарата работы (ссылки на источники должны быть оформлены в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5 – 2008), умение студента анализировать прочитанное, сравнивать различные точки зрения на проблему и аргументировать собственное мнение, оформление исследовательского проекта.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины – дать общее понятие о существующих возможностях продвижения в среде интернет, используя как традиционные ресурсы, так и ресурсы WEB 2.0.

Задачи дисциплины:

- формировать представления о специфике PR и рекламы в интернете, типах, структуре и содержании интернет-кампании, концептуальных основах и моделях построения в зависимости от масштабов кампании; обучение использованию новейших интернет-технологий в реализации интернет-кампаний.

- формировать у студентов навыки самостоятельной деятельности по продвижению в среде интернет, планированию и программированию (стратегический анализ, разработка предложения, утверждение программы) и организации их деятельности как части профессиональной деятельности выпускника факультета.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: специфику использования интернет-технологии и новых медиа при создании текстов рекламы и связей с общественностью; специфику использования интернет-технологии и новых медиа при реализации коммуникационного продукта; современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью.

Уметь: применять интернет-технологии и новые медиа при создании текстов рекламы и связей с общественностью; применять интернет-технологии и новые медиа при реализации коммуникационного продукта; использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью.

Владеть: навыками использования интернет-технологий и новых медиа при создании текстов рекламы и связей с общественностью; навыками использования интернет-технологий и новых медиа при реализации коммуникационного продукта; приемами применения современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью.