

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1145699	Технологии и практики продвижения проектов

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Медиакоммуникации и мультимедийные технологии	Код ОП 1. 42.03.05/33.01
Направление подготовки 1. Медиакоммуникации	Код направления и уровня подготовки 1. 42.03.05

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Плеханова Елизавета Константиновна	без ученой степени, без ученого звания	Ассистент	медиакоммуникаций
2	Фаюстов Алексей Владимирович	кандидат филологических наук, без ученого звания	Проректор по информационной политике	Ректорат
3	Якубов-Цариков Александр Владимирович	без ученой степени, без ученого звания	Преподаватель	медиакоммуникаций

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Технологии и практики продвижения проектов

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль посвящен углубленному изучению управления проектами на рынке: изучаются цифровые технологии в рекламе, оттачиваются навыки комплексного SMM-продвижения. Студентами осваиваются технологии блогинга и способы управления проектами с помощью приемов индустрии MICE. Также дисциплины модуля способствуют получению знаний и навыков управления проектами в сетевых изданиях.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Реализация SMM-кампаний	3
2	Mice-индустрия	3
3	Блогинг	3
4	Редактор сетевых изданий	3
5	Digital-технологии в рекламе	3
ИТОГО по модулю:		15

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	1. Технологии работы с текстом 2. Основы профессиональной деятельности 3. Основы продвижения в медиа
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3

<p>Digital-технологии в рекламе</p>	<p>ПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>У-1 - Отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>П-1 - Эксплуатировать современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиапроекта и (или) медиапродукта</p> <p>П-2 - Осуществлять обоснованный выбор программного обеспечения и технических средств для регулярной коммуникации, мониторинга информации в сети Интернет</p> <p>Д-1 - Демонстрировать высокий уровень готовности к инновациям</p>
	<p>ПК-11 - Способен создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах</p>	<p>У-1 - Определять оптимальные методы создания, обработки, компоновки информации в различных средах и на различных носителях и платформах</p> <p>П-1 - Осуществлять распространение информации в различных средах и на различных носителях и платформах</p> <p>П-2 - Использовать соответствующие технические средства для создания, обработки, компоновки и распространения (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории</p> <p>П-3 - Предлагать творческие решения поставленных задач с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта в медиаиндустрии</p>
<p>Мисе-индустрия</p>	<p>ПК-1 - Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>У-1 - Выявлять отличительные особенности медиапроектов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p> <p>П-2 - Осуществлять самостоятельный поиск событий, явлений, фактов как основы материала</p> <p>Д-1 - Воспринимать конструктивную критику</p>
	<p>ПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и</p>	<p>З-1 - Сделать обзор важнейших научных, культурных, экономических и</p>

	<p>аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>общественно-политических событий в стране и мире</p> <p>У-1 - Соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>У-2 - Выделять актуальные и интересные темы для аудитории</p> <p>П-1 - Учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектов и (или) медиапродуктов</p> <p>Д-1 - Излагать и аргументировать свое мнение</p>
	<p>ПК-12 - Способен участвовать в планировании и создании интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийный и интерактивные средства</p>	<p>У-1 - Планировать интегрированные маркетингово-коммуникационные кампании, применяющие мультимедийные и интерактивные средства</p> <p>У-2 - Интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p> <p>П-1 - Создавать в рамках задания интегрированные маркетингово-коммуникационные кампании, применяющие мультимедийные и интерактивные средства</p>
Блогинг	<p>ПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>У-1 - Отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>У-2 - Выбирать методы обработки и редактирования информации с помощью современных технических средств</p> <p>П-1 - Эксплуатировать современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиапроекта и (или) медиапродукта</p> <p>П-2 - Осуществлять обоснованный выбор программного обеспечения и технических средств для регулярной коммуникации, мониторинга информации в сети Интернет</p> <p>Д-1 - Демонстрировать высокий уровень готовности к инновациям</p>

	<p>ПК-11 - Способен создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах</p>	<p>З-1 - Различать технологии создания медиаконтента</p> <p>У-1 - Определять оптимальные методы создания, обработки, компоновки информации в различных средах и на различных носителях и платформах</p> <p>У-2 - Отбирать релевантную информацию из доступных источников</p> <p>П-1 - Осуществлять распространение информации в различных средах и на различных носителях и платформах</p> <p>П-2 - Использовать соответствующие технические средства для создания, обработки, компоновки и распространения (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории</p> <p>П-3 - Предлагать творческие решения поставленных задач с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта в медиаиндустрии</p>
	<p>ПК-9 - Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации</p> <p>(Медиакоммуникации и мультимедийные технологии)</p>	<p>З-2 - Различать современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов</p> <p>У-2 - Выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте</p> <p>Д-1 - Определять приоритетные задачи</p>
	<p>ПК-9 - Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации</p> <p>(Медиакоммуникации и мультимедийные технологии)</p>	<p>З-2 - Различать современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов</p> <p>У-2 - Выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте</p> <p>П-1 - Разрабатывать модель реализации концепции медиапроектов</p> <p>Д-1 - Определять приоритетные задачи</p>
<p>Реализация SMM-кампаний</p>	<p>ПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в</p>	<p>У-1 - Соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p>

<p>профессиональной деятельности</p>	<p>П-1 - Учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектов и (или) медиапродуктов</p>
<p>ПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>З-1 - Характеризовать принципы работы системы управления контентом и систем хранения файлов</p> <p>У-1 - Отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>У-2 - Выбирать методы обработки и редактирования информации с помощью современных технических средств</p> <p>П-1 - Эксплуатировать современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиапроекта и (или) медиапродукта</p> <p>П-2 - Осуществлять обоснованный выбор программного обеспечения и технических средств для регулярной коммуникации, мониторинга информации в сети Интернет</p> <p>Д-1 - Демонстрировать высокий уровень готовности к инновациям</p>
<p>ПК-13 - Способен участвовать в проектировке информационных и программных продуктов, разработке их концепций, используя знания в области архитектуры программных продуктов, алгоритмов и принципов их создания</p>	<p>З-1 - Объяснять архитектуру информационных и программных продуктов, алгоритмы и принципы их создания</p> <p>З-2 - Различать терминологию и ключевые параметры создания информационных продуктов</p> <p>У-1 - Обосновать предлагаемые концепции информационных и программных продуктов</p> <p>У-2 - Осуществлять оценку эффективности работы информационных и программных продуктов на основе имеющихся данных</p> <p>П-2 - Иметь практический опыт сбора обобщенных характеристик аудитории информационных и программных продуктов</p>
<p>ПК-9 - Способен участвовать в проектной деятельности по</p>	<p>З-1 - Характеризовать основы проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов</p>

	<p>созданию концепций медиапроектов и их реализации</p> <p>(Медиакоммуникации и мультимедийные технологии)</p>	<p>З-2 - Различать современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов</p> <p>У-1 - Обосновать концепции медиапроектов</p> <p>У-2 - Выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте</p> <p>П-1 - Разрабатывать модель реализации концепции медиапроектов</p>
	<p>ПК-9 - Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации</p> <p>(Медиакоммуникации и мультимедийные технологии)</p>	<p>З-1 - Характеризовать основы проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов</p> <p>З-2 - Различать современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов</p> <p>У-1 - Обосновать концепции медиапроектов</p> <p>У-2 - Выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте</p> <p>П-1 - Разрабатывать модель реализации концепции медиапроектов</p>
<p>Редактор сетевых изданий</p>	<p>ПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>З-2 - Различать основные понятия и методы поисковой оптимизации</p> <p>У-1 - Отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>У-2 - Выбирать методы обработки и редактирования информации с помощью современных технических средств</p> <p>П-1 - Эксплуатировать современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиапроекта и (или) медиапродукта</p> <p>П-2 - Осуществлять обоснованный выбор программного обеспечения и технических средств для регулярной коммуникации, мониторинга информации в сети Интернет</p> <p>Д-1 - Демонстрировать высокий уровень готовности к инновациям</p>

	<p>ПК-11 - Способен создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах</p>	<p>З-2 - Формулировать принципы создания и редактирования текстов</p> <p>У-2 - Отбирать релевантную информацию из доступных источников</p> <p>П-1 - Осуществлять распространение информации в различных средах и на различных носителях и платформах</p> <p>П-3 - Предлагать творческие решения поставленных задач с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта в медиаиндустрии</p>
	<p>ПК-13 - Способен участвовать в проектировке информационных и программных продуктов, разработке их концепций, используя знания в области архитектуры программных продуктов, алгоритмов и принципов их создания</p>	<p>З-1 - Объяснять архитектуру информационных и программных продуктов, алгоритмы и принципы их создания</p> <p>З-2 - Различать терминологию и ключевые параметры создания информационных продуктов</p> <p>У-1 - Обосновать предлагаемые концепции информационных и программных продуктов</p> <p>У-2 - Осуществлять оценку эффективности работы информационных и программных продуктов на основе имеющихся данных</p> <p>П-1 - Разрабатывать модели информационных и программных продуктов</p> <p>П-2 - Иметь практический опыт сбора обобщенных характеристик аудитории информационных и программных продуктов</p>
	<p>ПК-9 - Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации</p> <p>(Медиакоммуникации и мультимедийные технологии)</p>	<p>У-1 - Обосновать концепции медиапроектов</p> <p>У-2 - Выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте</p> <p>П-1 - Разрабатывать модель реализации концепции медиапроектов</p> <p>П-2 - Осуществлять оценку оригинальности идеи нового продукта</p> <p>Д-1 - Определять приоритетные задачи</p>

<p>ПК-9 - Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации</p> <p>(Медиакоммуникации и мультимедийные технологии)</p>	<p>З-1 - Характеризовать основы проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов</p> <p>У-1 - Обосновать концепции медиапроектов</p> <p>У-2 - Выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте</p> <p>П-1 - Разрабатывать модель реализации концепции медиапроектов</p> <p>П-2 - Осуществлять оценку оригинальности идеи нового продукта</p> <p>Д-1 - Определять приоритетные задачи</p>
<p>ПК-10 - Способен осуществлять интеграцию/агрегацию контента, созданного различными работниками и представителями аудитории, сообразно информационным приоритетам компании с целью последующего обнародования</p> <p>(Медиакоммуникации и мультимедийные технологии)</p>	<p>З-1 - Объяснять основы и правила интеграции/агрегации контента для размещения его в медиа</p> <p>У-1 - Определять оптимальные методы интеграции/агрегации контента, созданного различными работниками и представителями аудитории</p> <p>У-2 - Учитывать редакционную политику при формировании информационного контента</p> <p>П-1 - Осуществлять интеграцию/агрегацию контента сообразно информационным приоритетам компании</p>
<p>ПК-10 - Способен осуществлять интеграцию/агрегацию контента, созданного различными работниками и представителями аудитории, сообразно информационным приоритетам компании с целью последующего обнародования</p> <p>(Медиакоммуникации и мультимедийные технологии)</p>	<p>З-1 - Объяснять основы и правила интеграции/агрегации контента для размещения его в медиа</p> <p>У-1 - Определять оптимальные методы интеграции/агрегации контента, созданного различными работниками и представителями аудитории</p> <p>У-2 - Учитывать редакционную политику при формировании информационного контента</p> <p>П-1 - Осуществлять интеграцию/агрегацию контента сообразно информационным приоритетам компании</p>

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной и очно-заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Реализация SMM-кампаний

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Плеханова Елизавета Константиновна	без ученой степени, без ученого звания	Ассистент	медиакоммуникац ий

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.11-08/45 от 30.06.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Плеханова Елизавета Константиновна, Ассистент, медиакоммуникаций

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Введение в социальный медиа-маркетинг	Определение SMM и его роль в современных медиакоммуникациях. Изучение основных понятий и принципов SMM. Анализ преимуществ и рисков использования социальных медиа-платформ.
P2	Социальные медиа-платформы и инструменты	Обзор популярных социальных медиа-платформ и их возможностей для SMM. Изучение инструментов и функций, предоставляемых платформами для реализации SMM-кампаний.
P3	Стратегия разработки SMM-кампаний	Определение целей и аудитории SMM-кампании. Разработка стратегического плана и тактических шагов для успешной реализации SMM-кампаний. Изучение методов контент-маркетинга для социальных медиа-платформ.
P4	Контент-планирование и создание контента	Разработка контент-планов для SMM-кампаний. Создание привлекательного и уникального контента для социальных медиа-платформ. Оптимизация контента под требования различных платформ.

P5	Взаимодействие с аудиторией и ведение SMM-контента	Методы привлечения и взаимодействия с аудиторией на социальных медиа-платформах. Ведение SMM-контента и управление репутацией бренда в социальных медиа-средах. Анализ эффективности и метрик SMM-кампаний.
P6	Мониторинг и анализ эффективности SMM	Методы мониторинга и анализа SMM-кампаний. Использование аналитических инструментов для оценки эффективности SMM-стратегий. Разработка рекомендаций по улучшению и оптимизации SMM-кампаний.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Формирование информационной культуры в сети интернет	проектная деятельность	Технология проектного образования	ПК-9 - Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации	П-1 - Разрабатывать модель реализации концепции медиапроектов

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Реализация SMM-кампаний

Электронные ресурсы (издания)

1. Смолина, , В. А.; SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях; Инфра-Инженерия, Москва; 2019; <http://www.iprbookshop.ru/86572.html> (Электронное издание)
2. ; SMM и SEO-технологии : учебное пособие.; Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/92670.html> (Электронное издание)
3. Катаев, , А. В.; Digital-маркетинг : учебное пособие.; Издательство Южного федерального университета, Ростов-на-Дону, Таганрог; 2020; <http://www.iprbookshop.ru/100169.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Ольнев, Е. С.; Деньги из SMM. ; 2017 (0 экз.)
2. Ольшевский, Д.; SMM-продвижение как эффективный инструмент интернет-маркетинга. ; 2017 (0 экз.)

3. Гукасян, Н. Ю.; Социальные сети как средство коммуникации с потребителями. ; 2017 (0 экз.)
4. Саргсян, А. А., Шишакова, Ю. В.; Особенности интернет-маркетинга. ; 2017 (0 экз.)
5. Веретено, А. А.; Правильный контент - залог успеха в SMM. ; 2017 (0 экз.)
6. Пономарева, Е.; Социальные сети - must have или деньги на ветер?. ; 2017 (0 экз.)
7. Ньюберри, К.; Что такое социальные продажи и как они работают. ; 2018 (0 экз.)
8. Белфорд, Д., Савина, А.; 6 советов для планирования SMM-стратегии. ; 2018 (0 экз.)
9. Дусь, Ю. П., Веретено, А. А., Деляева, А. В.; Методологические основы продвижения бренда через SMM. ; 2019 (0 экз.)
10. Ольнев, Е. С.; ТОП-5 ошибок в SMM в 2019 г.; 2019 (0 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. ЭБС IPR Books <https://www.iprbookshop.ru>
3. ООО Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru/>
4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Яндекс.Метрика - сервис аналитики от Яндекса, который позволяет отслеживать и анализировать посещаемость и поведение пользователей на вашем сайте. Ссылка: <https://metrika.yandex.ru/>
2. ВКонтакте для бизнеса - платформа от ВКонтакте, которая предлагает инструменты для управления сообществами и продвижения товаров и услуг в социальной сети ВКонтакте. Ссылка: <https://vk.com/business>
3. Смсобытия - сервис для массовой отправки SMS-сообщений. Он позволяет использовать SMS-маркетинг в своих смм-кампаниях для привлечения внимания к вашему бренду. Ссылка: <https://smsevent.ru/>
4. Brand Analytics от Mail.ru - инструмент для мониторинга и анализа упоминаний бренда в интернете, а также анализа аудитории и конкурентов. Ссылка: <https://target.mail.ru/>
5. SocialKit - платформа для автоматизации социальных сетей, которая позволяет планировать и автоматизировать публикации, анализировать результаты и взаимодействовать с аудиторией. Ссылка: <https://socialkit.ru/>
6. Pr.Ultimate - сервис для автоматизации и управления пресс-релизами. Он предоставляет возможность написания, распространения и анализа пресс-релизов для продвижения вашего бренда или организации. Ссылка: <https://pr.ultimate.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Реализация SMM-кампаний

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM
5	Самостоятельная работа студентов	Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

			Google Chrome, Mozilla Firefox
--	--	--	--------------------------------

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Місе-индустрия

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Фаюстов Алексей Владимирович	кандидат филологических наук, без ученого звания	Заведующий кафедрой	телевидения и новых медиа

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.11-08/45 от 30.06.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- **Фаюстов Алексей Владимирович, Заведующий кафедрой, Базовая кафедра телевидения и новых медиа**

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Введение в MICE-индустрию	Определение понятия MICE-индустрии и ее основные характеристики. Роль MICE-сектора в медиакоммуникациях
P2	Встречи (Meetings) в MICE-индустрии	Типы и цели встреч: бизнес-встречи, профессиональные семинары, тренинги и другие форматы Планирование и организация встреч: выбор места проведения, оформление программы, координация работы персонала и т.д. Виртуальные встречи и их особенности в контексте медиакоммуникаций
P3	Поощрительный туризм (Incentives) в MICE-индустрии	Особенности поощрительного туризма и его цели: мотивация сотрудников, укрепление команды, стимулирование продаж и т.д. Планирование и разработка программы поощрительного туризма: выбор направления, активности на месте, оценка эффективности

P4	Конференции (Conferences) в МICE-индустрии	<p>Организация конференций: выбор площадки, подбор спикеров, разработка программы, организация дополнительных мероприятий</p> <p>Техническое обеспечение конференций: звук, свет, видео, интерактивные технологии</p> <p>Продвижение и участие в конференциях в контексте медиакоммуникаций</p>
P5	Выставки (Exhibitions) в МICE-индустрии	<p>Организация выставок: выбор выставочного пространства, участие в организации стенда, анализ конкурентов</p> <p>Продвижение и маркетинг на выставках: презентация продуктов/услуг, проведение пресс-конференций и промо-акций</p>
P6	Маркетинговые аспекты МICE-индустрии	<p>Рыночные исследования и анализ целевой аудитории МICE-событий</p> <p>Позиционирование и продвижение МICE-событий в медиакоммуникациях</p> <p>Разработка маркетинговых стратегий и инструментов для достижения поставленных целей в МICE-индустрии</p>
P7	Финансовое управление в МICE-индустрии	<p>Бюджетирование МICE-событий: планирование и контроль расходов</p> <p>Поиск спонсоров и партнеров для финансирования событий</p> <p>Анализ финансовых показателей и оценка эффективности проведенных мероприятий</p>
P8	Техническое обеспечение МICE-событий	<p>Звук, свет и видео в МICE-индустрии: оборудование и его применение</p> <p>Техническая поддержка презентаций и выступлений на МICE-событиях</p> <p>Инновации в техническом обеспечении МICE-событий и их влияние на медиакоммуникации</p>
P9	Управление персоналом на МICE-событиях	<p>Формирование команды для проведения МICE-событий</p>

		<p>Планирование и распределение обязанностей персонала</p> <p>Координация работы персонала и обеспечение эффективного взаимодействия команды в контексте медиакоммуникаций</p>
P10	Оценка эффективности MICE-событий	<p>Методы оценки и анализа результатов проведенных мероприятий</p> <p>Использование инструментов для оценки удовлетворенности участников и планирования будущих событий</p> <p>Влияние медиакоммуникаций на оценку эффективности MICE-событий</p>
P11	Правовые аспекты MICE-индустрии	<p>Законодательство и регулирование проведения MICE-событий</p> <p>Авторские права, страхование и лицензирование в MICE-индустрии</p> <p>Правовые аспекты в медиакоммуникациях в контексте MICE-индустрии</p>
P12	Инновации и тренды в MICE-индустрии	<p>Новые технологии и их применение на MICE-событиях в медиакоммуникациях</p> <p>Инновационные форматы и подходы в проведении MICE-мероприятий</p> <p>Отражение инноваций и трендов в медиакоммуникациях в MICE-индустрии</p>

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативной компетентности	ПК-12 - Способен участвовать в планировании и создании интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний,	У-2 - Интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций

			применяющих мультимедийный и интерактивные средства	
--	--	--	--	--

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Місе-индустрия

Электронные ресурсы (издания)

1. Гвоздовская, М.; Индустрия негостеприимства. ; 2017; <http://www.bossmag.ru/archiv/2017/boss-09-2017-g/industriya-negostepriimstva.html> (Электронное издание)
2. Жироникина, Н. В.; Не только радость. ; 2018; <http://www.bossmag.ru/archiv/2018/boss-01-2018-g/ne-tolko-radost.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Богданова, С.; МІСЕ-индустрия наступает и укрепляет свое положение в России. ; 2006 (0 экз.)
2. Чимитдоржиева, О. Г.; Проблемы статистического учета мероприятий МІСЕ-рынка. ; 2009 (0 экз.)
3. Белянский, В., Суворова, И.; Российский МІСЕ-продукт: состояние и перспективы. ; 2011 (0 экз.)
4. Горбашко, Е. А., Васильева, Е. В.; Стандартизация для индустрии деловых встреч. ; 2017 (0 экз.)
5. , Шаньгин, С., Петрова, В., Соболева, Е., Мануков, Д., Левина, Н., Рузиева, С., Дюга, Б.; Конференция 2017: в тренде пакетные предложения и дополнительные услуги. ; 2017 (0 экз.)
6. Сысоева, Т. Л., Тимохина, Г. С., Худякова, Т. С.; Результативность использования выставочной деятельности на рынке B2B в стратегии продвижения. ; 2017 (0 экз.)
7. Антипов, М.; Выставки: повышение привлекательности отеля. ; 2017 (0 экз.)
8. Шестакова, Е.; Корпоративные мероприятия - для пользы компании. ; 2013 (0 экз.)
9. Гойхман, О. Я.; Организация и проведение мероприятий : учебное пособие для студентов вузов.; ИНФРА-М, Москва; 2015 (1 экз.)
10. Баканова, М.; Организация праздников, или как создать нескучное мероприятие. ; 2003 (0 экз.)
11. Новоселова, И., Панюкова, Д.; Сколько стоит праздник?. ; 2004 (0 экз.)
12. Иванова, С. Д.; Организационный аспект проведения конференции. ; 2006 (0 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. ЭБС IPR Books <https://www.iprbookshop.ru>
3. ООО Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru/>
4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. "MICE.RU" - Официальный портал организаторов мероприятий: <https://www.mice.ru/>
2. "MICE Business Magazine" - Журнал о проведении деловых и корпоративных мероприятий: <https://www.micebusiness.ru/>
3. "MICEcards" - Портал организации мероприятий и бизнес-туризма: <https://micecards.com/>
4. "Конференции и мероприятия" - Список предстоящих конференций и мероприятий в России: <https://kongres-magazine.eu/event-listing-category/russia/>
5. "Russian Event Industry" - Информационный портал о бизнес-событиях и индустрии мероприятий в России: <http://eventindustry.ru/>
6. "MICE Club" - Российское сообщество в области MICE-индустрии: <http://www.mice-club.ru/>
7. "Организация конференций и мероприятий в России" - Информационный портал о конференциях и мероприятиях в России: <https://eventplus.ru/>
8. "PRIME TIME" - Интернет-издание о мероприятиях и индустрии MICE в России: <http://www.primetimeru.com/>
9. "Организация мероприятий MICE" - Портал с информацией о проведении мероприятий и бизнес-тренингов-сервисах: <http://www.miceevent.ru/>
10. "MICEPRO" - Портал о мероприятиях, промо-акциях и деловых поездках: <https://micepro.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Mice-индустрия

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Google Chrome, Mozilla Firefox
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

		соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Google Chrome, Mozilla Firefox
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Google Chrome, Mozilla Firefox
5	Самостоятельная работа студентов	Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Google Chrome, Mozilla Firefox

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Блогинг

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Фаюстов Алексей Владимирович	кандидат филологических наук, без ученого звания	Заведующий кафедрой	телевидения и новых медиа
2	Якубов-Цариков Александр Владимирович	без ученой степени, без ученого звания	Преподавате ль	медиакоммуникац ий

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.11-08/45 от 30.06.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Фаюстов Алексей Владимирович, Заведующий кафедрой, телевидения и новых медиа
- Якубов-Цариков Александр Владимирович, Преподаватель, медиакоммуникаций

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Введение	Определение понятия блог и его роль в медиакоммуникациях. История развития блогинга и его виды.
P2	Теоретические основы блогинга	Жанры и стили блогов. Принципы создания интересного и качественного контента. Основы редактирования и корректировки текстов в блоге.
P3	Создание и управление блогом	Выбор платформы для блога. Создание и оформление блога. Разработка контент-плана и расписание публикаций. Управление комментариями и взаимодействие с аудиторией.
P4	Продвижение и распространение контента в блоге	Основы SEO для блогов. Использование социальных сетей и других платформ для продвижения контента. Взаимодействие с другими блоггерами и партнерами.
P5	Правовые и этические аспекты блогинга	Авторские права и плагиат в блогинге. Защита персональных данных и конфиденциальность. Этика взаимодействия с аудиторией и другими блоггерами.

Р6	Тенденции и инновации в блогинге	Анализ современных трендов и новых форматов блогинга. Использование видео, аудио и других медиа в блогах. Оценка эффективности блога и аналитика.
-----------	----------------------------------	---

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативной компетентности	ПК-11 - Способен создавать, обрабатывать, компоновать и осуществлять распространение (размещение) информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных носителях и платформах	У-1 - Определять оптимальные методы создания, обработки, компоновки информации в различных средах и на различных носителях и платформах

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Блогинг

Электронные ресурсы (издания)

1. Донских, А. Г.; Авторское право в СМИ : учебное пособие.; Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Таганрог; 2022; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691043> (Электронное издание)
2. Милославская, Е. Г.; Авторское право: краткий курс : учебное пособие.; Проспект, Москва; 2015; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276968> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Матюхина, А.; Секреты онлайн-журналистики. ; 2017 (0 экз.)
2. Колеченок, Д.; Блоггинг как технология современной промоции. Плоды "просвещения". ; 2015 (0 экз.)
3. ; Рецензия в 500 слов. техника для блоггеров; 2012 (0 экз.)
4. Сирош, М.; Будущее 2020 – 2050: как изменятся технологии и что угрожает человечеству?. ; 2012 (0 экз.)

экз.)

5. Владимирова, О. М., Лучинский, Ю. В., Факторович, А. Л.; Новые подходы к системности медиа и типология блогов. ; 2018 (0 экз.)

6. Цуриков, А.; Технологии некоторых интернет-сервисов для средств массовой информации. ; 2018 (0 экз.)

7. Савин, И. В., Савин, И. В.; Методы анализа социальных сетей в экономике : учебное пособие для студентов вуза, обучающихся по направлениям подготовки 38.03.01, 38.04.01 "Экономика", 38.04.02 "Менеджмент".; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2020 (15 экз.)

8. Лукинова, О. В.; Цифровой этикет. Как не бесить друг друга в интернете; Эксмо, Москва; 2020 (1 экз.)

9. Апкаримова, М.; Территория контактов, или Архитекторы digital реформ. ; 2019 (0 экз.)

10. Енин, Ю. И., Голик, В. С.; Продвижение в социальных сетях. ; 2019 (0 экз.)

11. ; Визуальные тренды в коммуникации с потребителем. ; 2019 (0 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>

2. ЭБС IPR Books <https://www.iprbookshop.ru>

3. ООО Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru/>

4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Блоггеры (<https://bloggers.life/>) - Сайт, посвященный блоггингу и развитию личного бренда в России.

2. Тостер (<https://toster.ru/>) - Сайт-коллектив, где пользователи могут задавать вопросы и получать полезные ответы от экспертов по разным темам.

3. AdMe.ru (<https://www.adme.ru/>) - Популярный сайт с интересным и развлекательным контентом, который может быть полезным для блоггеров.

4. Рунетология (<https://ru-runetology.ru/>) - Портал о цифровой коммуникации и медиа.

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Блоггинг

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

№ п/п	Виды занятий	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Google Chrome, Mozilla Firefox</p>
2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Google Chrome, Mozilla Firefox</p>
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p>	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Google Chrome, Mozilla Firefox</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Google Chrome, Mozilla Firefox</p>

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Редактор сетевых изданий

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Некрасов Иван Олегович	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподавателе ль	периодической печати и сетевых изданий

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.11-08/45 от 30.06.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Некрасов Иван Олегович, Старший преподаватель, периодической печати и сетевых изданий

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Введение	Основные понятия и определения в области редактирования сетевых изданий. Роль редакторов в современных медиа-организациях. Тренды и новые направления в редактировании онлайн-контента.
P2	Журналистика для онлайн-публикаций	Особенности жанров и стилей журналистики для сетевых изданий. Навыки написания пресс-релизов, новостных статей и аналитических материалов. Применение SEO-подхода в онлайн-журналистике.
P3	Анализ и увеличение посещаемости сайта	Основы аналитики сетевых изданий. Использование инструментов для анализа и оптимизации контента. Методы продвижения сетевого издания для увеличения посещаемости и привлечения аудитории.
P4	Планирование контента и управление командой авторов	Основы планирования редакционного календаря. Работа с командой авторов: редактирование, обратная связь и контроль качества текстов.

		Организация работы с контентом: тематические направления, разделы и рубрики. Дистрибуция контента.
P5	Тренды в онлайн-журналистике и развитии сетевых изданий	Интерактивные форматы и мультимедийное содержание. Разработка мобильных приложений для сетевых изданий. Влияние социальных сетей и социальных медиа на развитие онлайн-журналистики.

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной профессиональной деятельности	ПК-13 - Способен участвовать в проектировке информационных и программных продуктов, разработке их концепций, используя знания в области архитектуры программных продуктов, алгоритмов и принципов их создания	У-2 - Осуществлять оценку эффективности работы информационных и программных продуктов на основе имеющихся данных

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Редактор сетевых изданий

Электронные ресурсы (издания)

1. Воронцова, Т. А.; Новостной заголовок как репрезентант события. ; 2017; <http://elar.uspu.ru/handle/uspu/6822> (Электронное издание)
2. Цыбикова, Н. С.; Медиация в тексте интернет-новостей. ; 2013; <http://www.lib.tsu.ru/mminfo/000349304/22/image/22-090.pdf> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Молчанова, О. И.; Редакция интернет-СМИ как специфическая социальная организация. ; 2018 (0 экз.)
2. Абашев, В. В., Печищев, И. М.; «Открылось новое пространство...»: локальные урбанистические

медиа в производстве городской среды. ; 2019 (0 экз.)

3. Фролова, О. А.; Роль электронных изданий в пополнении русского языка иноязычной лексикой. ; 2015 (0 экз.)

4. Зуйкина, К. Л., Соколова, Д. В.; Специфика контента российских фейковых новостей в Интернете и на телевидении. ; 2019 (0 экз.)

5. Григорьев, И. В.; Типология оценки новостных сайтов (на примере оценки новостных СМИ Перу). ; 2018 (0 экз.)

6. Назметдинова, И. С., Лебедева, С. Э.; "Новые СМИ" в современном медиадискурсе. ; 2018 (0 экз.)

7. Кудий, Г.; Культ печатного слова или цифровое неравенство?. современный рынок прессы: основные направления трансформации и развития; 2012 (0 экз.)

8. Варзапова, В. Ю.; Заголовок современного медиатекста в аспекте межтекстовых отношений. (на материале заголовков интернет-версий изданий The Telegraph и The Guardian); 2015 (0 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>

2. ЭБС IPR Books <https://www.iprbookshop.ru>

3. ООО Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru/>

4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. "Редактор online" - информационный портал, специализирующийся на вопросах редактирования, корректуры и стилистики текстов. Здесь вы найдете полезные статьи, рекомендации и советы.

Ссылка: <https://www.redaktoronline.ru/>

2. "Журналистский резерв" - платформа, где можно найти интересные материалы, уроки и направления для развития навыков редактирования и работы с текстами.

Ссылка: <http://zh-rezerva.blogspot.com/>

3. "Редакторы Рунета" - онлайн-сообщество для редакторов и журналистов, где можно обмениваться опытом, задавать вопросы и находить актуальные материалы.

Ссылка: <https://www.red-runet.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Редактор сетевых изданий

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Google Chrome, Mozilla Firefox
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Google Chrome, Mozilla Firefox
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная	Не требуется
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Периферийное устройство Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Google Chrome, Mozilla Firefox
5	Самостоятельная работа студентов	Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM Google Chrome, Mozilla Firefox

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Digital-технологии в рекламе

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Гурина Карина Олеговна	без ученой степени, без ученого звания	Преподаватель	ООО «ФЛОК РГ Дельтаплан»
2	Фаюстов Алексей Владимирович	кандидат филологических наук, без ученого звания	Заведующий кафедрой	телевидения и новых медиа

Рекомендовано учебно-методическим советом института Уральский гуманитарный институт

Протокол № 33.11-08/45 от 30.06.2023 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Гурина Карина Олеговна, Преподаватель, ООО «ФЛОК РГ Дельтаплан»
- Фаюстов Алексей Владимирович, Заведующий кафедрой, телевидения и новых медиа

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Введение в digital-рекламу	Роль digital-технологий в рекламе и медиакommunikациях. Основные понятия и терминология в digital-рекламе.
P2	Планирование рекламных кампаний	Цели и стратегии рекламных кампаний в digital-среде. Инструменты и методы планирования рекламных кампаний.
P3	Форматы рекламы в digital-среде	Баннерная реклама и рекламные сети. Видеореклама и инструменты для ее создания и распространения. Социальная реклама и продвижение в социальных сетях.
P4	Создание контента для рекламы	Основы копирайтинга и дизайна в digital-среде. Процесс создания и оптимизации контента для рекламных кампаний.
P5	Таргетированная реклама	Понятие таргетированной рекламы и ее преимущества. Инструменты и методы таргетирования в digital-среде.
P6	Анализ и оценка эффективности рекламных кампаний	Методы сбора и анализа данных в digital-рекламе. Оценка ROI и эффективности рекламных кампаний с помощью digital-инструментов.

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	предпринимательская деятельность	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Д-1 - Демонстрировать высокий уровень готовности к инновациям

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Digital-технологии в рекламе

Электронные ресурсы (издания)

1. Зайцев, Д.; В стиле digital. ; 2018; <http://www.bossmag.ru/archiv/2018/boss-02-2018-g/v-stile-digital.html> (Электронное издание)
2. Пичурин, И. И.; Основы маркетинга. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «коммерция (торговое дело)», «маркетинг».; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/71036.html> (Электронное издание)
3. Синяева, И. М.; Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «маркетинг», «рекламное дело», «связи с общественностью».; ЮНИТИ-ДАНА, Москва; 2017; <http://www.iprbookshop.ru/71238.html> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Скорбенко, С.; Мобилизация. Seo-оптимизация. Соцсети. ; 2019 (0 экз.)
2. Ракова, Ю. А.; Digital-маркетинг: пять главных трендов 2019 г.; 2019 (0 экз.)
3. Полусмакова, Н. С., Вихлянцева, Н. А.; Тенденции и перспективы развития инновационного маркетинга. ; 2019 (0 экз.)
4. Шевченко, Д. А.; Цифровой маркетинг: обзор каналов и инструментов. ; 2019 (0 экз.)
5. Шевченко, Д. А.; Эффективность digital-маркетинга на виртуальных рынках: обзор существующих подходов и методик. ; 2019 (0 экз.)
6. Зборовская, М. И.; Google Analytics как инструмент роста продаж и прибыли компании. ; 2019 (0 экз.)
7. ; Как видео помогает SEO. ; 2016 (0 экз.)
8. Райс, Э., Борин, С., Жильцов, С., Траут, Д., Усманов, В.; Маркетинговые войны; Питер, Санкт-Петербург; Москва; Харьков; Минск; 2000 (1 экз.)

9. ; Уши машут ослом. Современное социальное программирование; Книжный мир, Москва; 2022 (1 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://biblioclub.ru/>
2. ЭБС IPR Books <https://www.iprbookshop.ru>
3. ООО Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <http://elibrary.ru/>
4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» <https://cyberleninka.ru/>

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. SeoPult (<https://www.seopult.ru/>) - платформа для автоматизации и управления digital-проектами, предоставляющая инструменты для SEO, контекстной рекламы, аналитики и других видов интернет-маркетинга.
2. Digital-прорыв (<https://www.digitalproryv.ru/>) - онлайн-журнал, посвященный digital-маркетингу и сопутствующим темам.
3. AdIndex (<https://www.adindex.ru/>) - ресурс, содержащий информацию о digital-маркетинге, рекламе, медиа и коммуникациях.
4. Searchengines (<https://www.searchengines.ru/>) - популярный интернет-ресурс о поисковой оптимизации (SEO), контекстной рекламе (PPC) и интернет-маркетинге.
5. I-COM (<https://www.i-com.global/>) - международная организация, специализирующаяся на маркетинговых и advertising technology решениях.

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Digital-технологии в рекламе

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM

		<p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Google Chrome, Mozilla Firefox</p>
2	Практические занятия	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Google Chrome, Mozilla Firefox</p>
3	Консультации	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p>	<p>Не требуется</p>
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов</p> <p>Рабочее место преподавателя</p> <p>Доска аудиторная</p> <p>Периферийное устройство</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Google Chrome, Mozilla Firefox</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Office Professional 2003 Win32 Russian CD-ROM</p> <p>Google Chrome, Mozilla Firefox</p>