

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
1165455	Современные инструменты рекламы и связей с общественностью в Интернет

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. PR и реклама в интернет-маркетинге	Код ОП 1. 42.04.01/33.03
Направление подготовки 1. Реклама и связи с общественностью	Код направления и уровня подготовки 1. 42.04.01

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Кульпин Сергей Владимирович	кандидат экономических наук, доцент	Доцент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ **Современные инструменты рекламы и связей с общественностью в Интернет**

1.1. Аннотация содержания модуля

Модуль «Современные инструменты рекламы и связей с общественностью в Интернет» предлагает студентам расширить свои знания в вопросах использования инструментов цифрового маркетинга: сайтов и мобильных приложений, SEO, инструментов веб-аналитики, контекстной рекламы, медийной рекламы, таргетированной рекламы, SMM и контент-маркетинга.

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	Современные инструменты рекламы и связей с общественностью в Интернет	4
ИТОГО по модулю:		4

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	Не предусмотрены
Постреквизиты и кореквизиты модуля	<ol style="list-style-type: none">1. Структура и содержание интернет-маркетинга2. Профессиональный курс 13. Профессиональный курс 24. Профессиональный курс 35. Профессиональный курс 46. Профессиональный курс 57. Профессиональный курс 6

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
Современные инструменты	ПК-1 - Способен планировать,	З-1 - Знать инструменты маркетинговых коммуникаций

<p>рекламы и связей с общественностью в Интернет</p>	<p>организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; отслеживать и учитывать изменение норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем</p>	<p>З-2 - Понимать организацию рекламного дела</p> <p>У-1 - Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании</p> <p>У-2 - Формировать имидж и деловую репутацию организации</p> <p>У-3 - Продвигать товары (услуги) организации на рынок</p> <p>П-1 - Разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации</p> <p>П-2 - Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации</p> <p>П-3 - Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации</p> <p>П-4 - Формирование имиджа и деловой репутации организации</p> <p>П-5 - Организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации</p> <p>П-6 - Разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж</p> <p>П-7 - Работа с инструментами прямого маркетинга</p>
	<p>ПК-8 - Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого характера и уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося</p>	<p>З-1 - Знает цели и задачи предлагаемого медиапроекта, целевую аудиторию, для которой этот проект предназначен, ее социальные и психологические характеристики, опыт отечественных и зарубежных СМИ аналогичного формата и тематики, принципы разработки концепции медиапроекта (в том числе моделирования и дизайна), методы ее анализа и коррекции, основы законодательства Российской Федерации об авторском праве, законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации</p> <p>У-1 - Оценивать временные и финансовые затраты на реализацию авторской идеи,</p>

	<p>мирового и отечественного опыта</p>	<p>возможные риски, оценивать авторские идеи с точки зрения соответствия формату, целевой аудитории и политике СМИ</p> <p>П-1 - Анализ проекта, предлагаемого автором; выявление слабых и сильных сторон, соответствия проекта информационной политике СМИ</p> <p>П-2 - Принятие решения о включении проекта или его отклонении после согласования с главным редактором</p> <p>П-3 - Изучение отечественного и зарубежного опыта реализации аналогичных (сходных) медиапроектов</p> <p>П-4 - Детализация авторской концепции, разработка поправок и рекомендаций к ней</p>
	<p>ПК-11 - Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p>З-1 - Знать функционирование поисковых машин</p> <p>З-2 - Знать систему инструментов интернет-маркетинга</p> <p>У-1 - Разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию</p> <p>П-1 - Определение ключевых показателей эффективности продвижения</p>

1.5. Форма обучения

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Современные инструменты рекламы и
связей с общественностью в Интернет

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Кульпин Сергей Владимирович	кандидат экономических наук, доцент	Доцент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Рекомендовано учебно-методическим советом института Институт экономики и управления

Протокол № 39 от 20.03.2024 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- **Кульпин Сергей Владимирович, Доцент, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга**

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	Инструментарий цифрового маркетинга	Разработка сайтов и мобильных приложений. SEO. Инструменты web-аналитики. Контекстная реклама. Медийная реклама. Таргетированная реклама. SMM и контент-маркетинг. E-Commerce и продвижение на маркетплейсах. Офлайн цифровой маркетинг
P2	Основы анализ данных и измерение эффективности цифрового маркетинга	Основы статистики. Воронка продаж и юнит-экономика

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Современные инструменты рекламы и связей с общественностью в Интернет

Электронные ресурсы (издания)

1. Кульпин, С. В., Попов, Е. В.; Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2020; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=699056> (Электронное издание)
2. Кульпин, С. В.; Создание интернет-товара : учебное пособие.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2019; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=697287> (Электронное издание)
3. Акулич, М. В.; Интернет-маркетинг : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2021; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274> (Электронное издание)
4. Катаев, А. В.; Интернет-маркетинг : учебное пособие.; Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Таганрог; 2018; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687> (Электронное издание)
5. Котлер, Ф., Ф., Суханова, М.; Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер : практическое пособие.; Альпина Паблишер, Москва; 2016; <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279742> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Кульпин, С. В., Попов, Е. В.; Структура и содержание интернет-маркетинга : учебное пособие.; Издательство Уральского университета, Екатеринбург; 2020 (84 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронный научный архив УрФУ - <http://elar.urfu.ru/>
2. Справочно-библиографическая система - <http://search.ebscohost.com/>
3. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ <http://www.rsl.ru/>
4. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - <http://www.nlr.ru/>
5. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского http://book.uraic.ru/el_library

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. Международная база цитирований Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com/>
2. Международная база цитирований Scopus - <https://www.scopus.com/>
3. Научная электронная библиотека - <http://elibrary.ru/>

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Современные инструменты рекламы и связей с общественностью в Интернет

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>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)</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>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)</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>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)</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>Персональные компьютеры по количеству обучающихся</p> <p>Подключение к сети Интернет</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p> <p>Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)</p>
5	Самостоятельная работа студентов	<p>Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в</p>	<p>Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms</p>

		соответствии с количеством студентов Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Р7-Офис Профессиональный (Десктопная версия)
--	--	--	---