

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»

Институт филологии и журналистики

УТВЕРЖДЕНО
Ученым советом ННГУ
протокол № 6
"31" мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Реклама книги

Направление подготовки 42.03.03 – Издательское дело

Программа бакалавриата- Издательское дело

Квалификация (степень) выпускника –
бакалавр

Форма обучения – очная, очно-заочная,
заочная

Нижегород
2023

1. Место и цели дисциплины «Реклама книги» в структуре ОПОП

№ варианта	Место дисциплины в учебном плане образовательной программы	Стандартный текст для автоматического заполнения в конструкторе РПД
1	Б1.О. Обязательная часть	Б1.В.18 Реклама книги 42.03.03 Издательское дело

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 Дисциплины (модули); часть, формируемая участниками образовательных отношений, Б1.В.18. «Реклама книги ». 42.03.03 – Издательское дело

Целями освоения дисциплины «Реклама книги» являются: познакомить студентов с механиками рекламного продвижения в издательском деле.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Применяет основные категории философии к анализу мировоззренческой специфики различных культурных сообществ.	Знает основы философских знаний, этапы исторического развития философских знаний, основные этапы и закономерности исторического развития общества в целом, а также отдельных стран и регионов; основные этапы и закономерности научного развития в общегуманитарных областях, содержание важнейших теоретических концепций, в том числе связанных с изучением мировоззренческой специфики культурных сообществ, а также видение возможности их применения в учебной деятельности; Умеет использовать основы	<i>Письменная работа, вопросы к зачету</i>

		<p>философских знаний и знания об этапах исторического развития философских знаний для формулирования выводов и гипотез при изучении динамики социально-экономических процессов; формулировать выводы и гипотезы, а также решать задачи в области системного анализа с применением соответствующих теорий и методов</p> <p>Владеет навыками анализа и синтеза восприятия и использования философских и исторических концепций с целью применения в социально-экономических дисциплинарных областях; навыками анализа и синтеза восприятия и использования теоретического материала с целью применения в различных дисциплинарных областях</p>	
	<p>УК-5.2. Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям</p>	<p>Знает специфику толерантного подхода к восприятию социальных и культурных различий;</p> <p>Умеет использовать знания о специфике толерантного подхода к восприятию социальных и культурных различий в профессиональной деятельности;</p> <p>Владеет навыками саморефлексии в процессе анализа практической деятельности, связанной с толерантным восприятием социальных и культурных различий, уважительного и бережного отношения к историческому наследию и</p>	<p><i>Письменная работа, вопросы к зачету</i></p>

		культурным традициям	
ПКР-7. Способен продвигать медиапродукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;	ПКР-7.1. Владеет инструментами продвижения медиапродукта с помощью различных каналов и систем;	<p>Знать основные теоретические аспекты паблик рилейшнз и рекламы, в том числе специфические аспекты паблик рилейшнз и рекламы в области издательского дела и книгораспространения; приемы информационно-библиографического сопровождения проектной издательской деятельности;</p> <p>- основные технологии, связанные с рекламой книжной продукции, специфику взаимодействия с рекламодателями и рекламными агентствами;</p> <p>Уметь применять в профессиональной деятельности основы паблик рилейшнз и рекламы в области издательского дела и книгораспространения; приемы информационно-библиографического сопровождения проектной издательской деятельности;</p> <p>- применять знания о технологиях, связанных с рекламой книжной продукции, спецификой взаимодействия с рекламодателями и рекламными агентствами;</p> <p>Владеть практическими навыками участия в продвижении медиапродукта;</p> <p>- анализа и прогнозирования в</p>	<i>Письменная работа, вопросы к зачету</i>

	<p>ПКР-7.2. Контролирует и оценивает эффективность результатов продвижения издательской продукции;</p>	<p>области информационно-библиографического и рекламного сопровождения проектной издательской деятельности; - навыками практической деятельности, связанной с взаимодействием с рекламодателями и рекламными агентствами в сфере издательского дела</p> <p>Знать методики оценки и контроля эффективности результатов продвижения издательской продукции; --способы и методы анализа клиентской базы; - специфику обслуживания оптовых и розничных покупателей в сфере книгоиздательского бизнеса;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности методики оценки и контроля эффективности результатов продвижения издательской продукции; - использовать знания о методах и способах анализа клиентской базы; - осуществлять обслуживание оптовых и розничных покупателей;</p> <p>Владеть практическими навыками участия в процессе контроля и оценки эффективности результатов продвижения издательской продукции;</p>	
--	--	---	--

<p>ПКР-8. Способен применять в профессиональной деятельности маркетинговые технологии в области издательского дела</p>	<p>ПКР-8.1. Участвует в рамках своих полномочий в разработке маркетинговой стратегии издательств и (или) предприятий распространения издательской продукции;</p> <p>ПКР-8.2. Принимает участие в организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции издательств;</p>	<ul style="list-style-type: none"> - навыками практического анализа клиентской базы в сфере издательского дела - практической деятельности по обслуживанию оптовых и розничных покупателей в сфере книгоиздательского бизнеса; <p>Знать маркетинговые стратегии, используемые в процессе распространения издательской продукции;</p> <p>Уметь применять в рамках своих полномочий маркетинговые стратегии, используемые в процессе распространения издательской продукции;</p> <p>Владеть навыками практического участия в разработке маркетинговых стратегий для распространения издательской продукции;</p> <p>Знать технологии организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции издательств;</p> <p>Уметь использовать в практической деятельности технологии организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции издательств;</p> <p>Владеть навыками практического применения и участия в организации мероприятий;</p>	
--	---	--	--

	<p>ПКР-8.3. Выявляет покупательский спрос на издательскую продукцию и оценивает конъюнктуру рынка.</p>	<p>способствующих увеличению продаж продукции издательств;</p> <p>Знать специфику методов формирования ассортимента предприятий распространения издательской продукции на основе изучения спроса и предложения и оценки результатов продвижения издательской продукции;</p> <p>-способы оценки конъюнктуры издательского рынка;</p> <p>Уметь применять в профессиональной деятельности методы формирования ассортимента предприятий распространения издательской продукции на основе изучения спроса и предложения и оценки результатов продвижения издательской продукции;</p> <p>- выявлять и оценивать покупательский спрос на издательскую продукцию и оценивать конъюнктуру рынка;</p> <p>Владеть навыками практической деятельности по формированию ассортимента предприятий распространения издательской продукции на основе изучения спроса и предложения и оценки результатов</p>	
--	--	---	--

		продвижения издательской продукции; - навыками практической деятельности по выявлению покупательского спроса на издательскую продукцию и оценке конъюнктуры рынка;	
--	--	--	--

1. Структура и содержание дисциплины, Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины «Реклама книги» составляет 2 (две) зачетные единицы, всего 72 академических часа, из которых 36 часов составляет контактная работа обучающегося с преподавателем (занятия лекционного типа и практические занятия), 36 часов составляет самостоятельная работа обучающегося.

3. Структура и содержание дисциплины «Реклама книги»

Структура дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)			В том числе														Самостоятельная работа обучающегося часы		
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы																
	из них																			
	Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Занятия лабораторного типа	Консультации	Всего															
Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная	Очная	Очно-заочная	Заочная			
Тема №1. Определения понятий «Реклама книги», Характеристика рекламных площадок нового информационного пространства	6			2					2							2				
Тема №2. Теоретические	6			2					2							2				

аспекты электронный бизнеса: продвижение и продажа при помощи всемирной паутины. Изменение мышления современного потребителя по отношению к коммерческому и некоммерческому контенту																	
Тема 3 Электронный маркетинг и его инструментарий в условиях становления новой медиасреды	6		2				2								2		
Тема № 4 Понятие «Интернет- реклама». Основные виды и характеристики Интернет-рекламы.	6		6				6								8		
Тема №5. Традиционные форматы Интернет- рекламы. Баннерная реклама. Оценка эффективности рекламной кампании через просмотры и клики.	6		2				4								4		
Тема №6. Контекстная реклама. Рынок контекстной рекламы. Инструменты аналитики эффективно построенной рекламной кампании. Яндекс.Директ.	12		4				6								2		

Специфика работы с ключевыми словами.																		
Тема №7. Почтовые рассылки и реклама в RSS-каналах. Особенности восприятия данных каналов аудиторией. Понятие «спам».	6			6					4								4	
Тема №8 Понятия «блогосфера», «блог». Продвижение продукта через блоги. Виды блогов. Особенности подачи информации.	12			4					4								4	
Тема №9. Вирусный и скрытый маркетинг. Создание вирусного эффекта. Психологические принципы построения контента, вызывающего желание поделиться его содержимым с друзьями.	6			4					2								4	
Тема №10. Социальные сети и их коммуникативный ресурс. Фолксонотический принцип организации информации. Типы социальных сетей	6			4					2								6	
Промежуточная аттестация проходит в форме комплексного экзамена, включающего выполнение практических заданий наряду с традиционной формой ответа на контрольные вопросы.																		
Итого	72			36					36								36	

Текущий контроль успеваемости проходит в рамках занятий практического типа. Итоговый контроль осуществляется на экзамене. Окончательное завершение формирования компетенций, предусмотренных в рамках данной дисциплины, происходит при написании выпускной квалификационной работы.

Текущий контроль успеваемости реализуется в рамках занятий практического типа.

Промежуточная аттестация проходит в форме зачета.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа направлена на закрепление теоретических вопросов, связанных с написанием выпускной квалификационной работы, и формирование навыков проведения собственного исследования, а также навыков публичного выступления. Такой подход мотивирует студентов к повышению самообразования и накоплению знаний для дальнейшей профессиональной деятельности.

Цель самостоятельной работы – подготовка современного компетентного специалиста и формирование способностей и навыков к непрерывному самообразованию и профессиональному совершенствованию.

Самостоятельная работа является наиболее деятельным и творческим процессом, который выполняет ряд дидактических функций: способствует формированию диалектического мышления, вырабатывает высокую культуру умственного труда, совершенствует способы организации познавательной деятельности, воспитывает ответственность, целеустремленность, систематичность и последовательность в работе студентов, развивает у них бережное отношение к своему времени, способность доводить до конца начатое дело.

Изучение понятийного аппарата дисциплины

Вся система индивидуальной самостоятельной работы должна быть подчинена усвоению понятийного аппарата, поскольку одной из важнейших задач подготовки современного грамотного специалиста является овладение и грамотное применение профессиональной терминологии. Лучшему усвоению и пониманию дисциплины помогут различные энциклопедии, словари, справочники и другие материалы, указанные в списке литературы.

Изучение тем самостоятельной подготовки по учебно-тематическому плану

Особое место отводится самостоятельной проработке студентами отдельных разделов и тем по изучаемой дисциплине. Такой подход вырабатывает у студентов инициативу, стремление к увеличению объема знаний, выработке умений и навыков всестороннего овладения способами и приемами профессиональной деятельности.

Работа над основной и дополнительной литературой

Изучение рекомендованной литературы следует начинать с учебников и учебных пособий, затем переходить к научным монографиям и статьям. Конспектирование – одна из основных форм самостоятельного труда, требующая от студента активно работать с учебной литературой и не ограничиваться конспектом лекций.

Студент должен уметь самостоятельно подбирать необходимую для учебной и научной работы литературу. При этом следует обращаться к предметным каталогам и библиографическим справочникам, которые имеются в библиотеках.

Для аккумуляции информации по изучаемым темам рекомендуется формировать личный архив, а также каталог используемых источников.

Самоподготовка к практическим занятиям

При подготовке к практическому занятию необходимо помнить, что данная дисциплина тесно связана с ранее изучаемыми дисциплинами.

На семинарских занятиях студент должен уметь последовательно излагать свои мысли и аргументировано их отстаивать.

Для достижения этой цели необходимо:

- 1) ознакомиться с соответствующей темой программы изучаемой дисциплины;
- 2) осмыслить круг изучаемых вопросов и логику их рассмотрения;
- 3) изучить рекомендованную учебно-методическим комплексом литературу по данной теме;
- 4) тщательно изучить лекционный материал;
- 5) ознакомиться с вопросами очередного семинарского занятия;
- 6) подготовить краткое выступление по каждому из вынесенных на семинарское занятие вопросу.

Изучение вопросов очередной темы требует глубокого усвоения теоретических основ дисциплины, раскрытия сущности основных положений, проблемных аспектов темы и анализа фактического материала.

Самостоятельная работа студента при подготовке к зачету.

Контроль выступает формой обратной связи и предусматривает оценку успеваемости студентов и разработку мер по дальнейшему повышению качества подготовки современных специалистов.

Бесспорным фактором успешного завершения очередного модуля является кропотливая, систематическая работа студента в течение всего периода изучения дисциплины (семестра). В этом случае подготовка к зачету будет являться концентрированной систематизацией всех полученных знаний по данной дисциплине.

В начале семестра рекомендуется внимательно изучить перечень вопросов к зачету по данной дисциплине, а также использовать в процессе обучения программу, другие методические материалы, разработанные кафедрой по данной дисциплине. Это позволит в процессе изучения тем сформировать более правильное и обобщенное видение студентом существа того или иного вопроса за счет:

- а) уточняющих вопросов преподавателю;
- б) подготовки рефератов по отдельным темам, наиболее заинтересовавшие студента;
- в) самостоятельного уточнения вопросов на смежных дисциплинах;
- г) углубленного изучения вопросов темы по учебным пособиям,

Кроме того, наличие перечня вопросов в период обучения позволит выбрать из предложенных преподавателем учебников наиболее оптимальный для каждого студента, с точки зрения его индивидуального восприятия материала, уровня сложности и стилистики изложения.

После изучения соответствующей тематики рекомендуется проверить наличие и формулировки вопроса по этой теме в перечне вопросов к зачету, а также попытаться изложить ответ на этот вопрос. Если возникают сложности при раскрытии материала, следует вновь обратиться к лекционному материалу, материалам практических занятий, уточнить терминологический аппарат темы, а также проконсультироваться с преподавателем.

Изучение сайтов по темам дисциплины в сети Интернет

Ресурсы Интернет являются одним из альтернативных источников быстрого поиска требуемой информации. Их использование возможно для получения основных и дополнительных сведений по изучаемым материалам. Обязательна строгая фиксация использованных ресурсов для включения в формируемый индивидуальный архив источников.

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю),

включающий:

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько незначительных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными незначительными недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения, . Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценки при промежуточной аттестации

Оценка	Уровень подготовки
Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»
Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо»
Удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
Неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

6.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения.

6.2.1 Контрольные вопросы

1. Определения понятий «Реклама в издательском бизнесе». УК-5.1
2. Информационный сайт как основа интернет-коммуникаций. Понятие «посадочная страница». Принципы организации верной информационной навигации. УК-5.1
3. Характеристика рекламных площадок нового информационного пространства. Актуальные направления связей с общественностью в Интернете. УК-5.2
4. Теоретические аспекты электронного бизнеса: продвижение и продажа при помощи всемирной паутины. УК-5.1
5. Определение электронного бизнеса. Направления электронного бизнеса. Основные бизнес-модели и специфика их продвижения. УК-5.2
6. Изменение мышления современного потребителя по отношению к коммерческому и некоммерческому контенту. УК-5.1
7. Виртуальные платежные порталы. Меры предосторожности при проведении финансовых операций в Интернет-пространстве. ПКР-8.2

8. Электронный маркетинг и его инструментарий в условиях становления новой медиасреды. Специфика планирования рекламной кампании в сети Интернет. Критерии оценки эффективной кампании. ПКР-8.2
9. Применение UTM-меток. ПКР-7.2
10. Понятие «Интернет-реклама». Реклама в сети Интернет как один из наиболее активно развивающихся методов продвижения товаров. Рынок Интернет-рекламы в России. ПКР-8.2
11. Основные виды и характеристики Интернет-рекламы. Рекламный инструментарий специалиста по связям с общественностью в сети Интернет. УК-5.1
12. Традиционные форматы Интернет-рекламы. Баннерная реклама. УК-5.1
13. Виды баннерной рекламы. Нестандартные форматы подачи баннеров. Мультимедиа-технологии в системе продвижения продукта через баннерную рекламу. ПКР-8.2
14. Оценка эффективности баннерной рекламной кампании через просмотры и клики. Работа с Интернет-агентствами. УК-5.1
15. Контекстная реклама. Рынок контекстной рекламы. Инструменты аналитики эффективно построенной рекламной кампании. ПКР-7.2
16. Яндекс.Директ. Таргетирование рекламных материалов. Специфика работы с ключевыми словами. УК-5.2
17. Основные рекламные показатели: CTR, CV, CPL, ROI. Время на сайте, глубина просмотра, показатель отказов. УК-5.1
18. Почтовые рассылки. Специфика построения продающего письма. Особенности восприятия данных каналов аудиторией. Понятие «спам» и методы борьбы за внимание потребителя.
19. Реклама в RSS-каналах. Определения потенциальной аудитории RSS-подписки. Базы данных тематических рассылок. Оптимальный расчет периодичности транслирования информации через рассылку. ПКР-8.2
20. Понятия «блогосфера», «блог». Продвижение продукта через блоги. Специфика размещения рекламной информации на различных информационных площадках. Виды блогов. Текстовый и аудио-визуальный контент. Особенности подачи информации через лидера мнений. Форматы размещения рекламных материалов в блогах. ПКР-7.1
21. Вирусный и скрытый маркетинг. Создание вирусного эффекта. Психологические принципы построения контента, вызывающего желание поделиться его содержимым с друзьями. Эмотивный контакт с потенциальным потребителем. Этапы жизни вирусного контента. УК-5.1
22. Социальные сети и их коммуникативный ресурс. Изменение принципов восприятия рекламной информации. Фолксономический принцип организации информации. Новая модель информационного потребления. УК-5.2
23. Типы социальных сетей. Особенности предпочтений аудитории наиболее крупных социальных сетей ПКР-8.2

6.3. Критерии и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине, характеризующих этапы формирования компетенций

Для оценивания результатов обучения в виде знаний используются следующие процедуры и технологии:

- Деловые игры,
- Устные сообщения.

Для оценивания результатов обучения в виде умений и владений используются следующие процедуры и технологии:

- Выполнение контрольных заданий по заданным темам, предполагающие самостоятельную работу с научной литературой, умение применять теоретические аспекты науки о психологии массовой коммуникации при анализе конкретных ситуаций, связанных с процессами массовой коммуникации;
- Творческие задания

6.4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций и (или) для итогового контроля сформированности компетенции.

Типовое задание по теме 1. УК-5.1

Эссе «Компьютерные технологии в деятельности современного журналиста», в рамках которого необходимо провести анализ специфики информационного пространства сети Интернет в работе современного специалиста по коммуникациям;

Типовое задание по теме 4. УК-5.2

Дать оценку активности использования технологий разного уровня, отметить сферы применения данных технологий; Привести примеры конкретных порталов, работающих на основе технологий данных уровней. Отметить тенденции развития информационных технологий в СМИ

Типовое задание по теме 6. УК-5.1

При помощи сервиса статистики www.liveinternet.ru дать оценку работе информационного портала конкретного СМИ с открытой статистикой. Прописать время посещения портала основной аудиторией, количество просмотров и размер аудитории, пол и средний возраст аудитории, основные точки входа на сайт, географическую привязку пользователей и тд.

Типовое задание по теме 8 УК-5.2

Охарактеризовать специфику работы современного журналиста с гипертекстовой информацией, с визуальным контентом и мультимедиа файлами.

Типовое задание по теме 9. УК-5.1

Проведение сравнительного анализа алгоритмов поисковых сетей Yandex, Google, и Rambler.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

7.1. Основная литература

1. Интернет-технологии в связях с общественностью : учеб. пособие / И. А. Быков, Д. А. Мажоров, П. А. Слуцкий, О. Г. Филатова; отв. ред. И. А. Быков, О. Г. Филатова. – СПб.: Роза мира, 2010. – 275 с.
2. Царевский Ф.Л. Яндекс. Директ: как получать прибыль, а не играть в лотерею. – СПб., 2016. – 256 с.
3. Пронин В. В. История книжного дела : учебно-методическое пособие / В. В. Пронин ; ННГУ им. Н. И. Лобачевского. - Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2010. - 20 с. - Текст : электронный. Постоянная ссылка на документ: <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=849915&idb=0>

4 Белковский С.В. Основы рекламы и связи с общественностью : учебно-методическое пособие / С. В. Белковский ; ННГУ им. Н. И. Лобачевского. - Нижний Новгород : Изд-во ННГУ, 2010. - 29 с. - Текст : электронный. Постоянная ссылка на документ: <http://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=849953&idb=0>

7.2. Дополнительная литература

1. Акопов Г.Л. Глобальные проблемы и опасности сетевой политики. – Ростов-на-Дону: ООО «Ростиздат», 2004. – 128 с.
2. Арский Ю.М., Гиляревский Р.С., Туров И.С., Черный А.И. Инфосфера: Информационные структуры, системы и процессы в науке и обществе. – М.: ВИНТИ, 1996. – 489 с.
3. Балахонская Л. В., Быков И. А. Особенности создания и распространения электронных PR-текстов. – Российская пиарология: тренды и драйверы: Сборник научных трудов/ Отв. ред. К. В. Киуру. Челябинск, 2011.
4. Блэк С. Паблик рилейшнз. Что это такое? М., 1990. – 240с.
5. Быков, И.А. Организация и проведение кампаний по связям с общественностью: Учебное пособие / СПбГУТ. – СПб, 2003. – 215 с.
6. Варакута С.А. Связи с общественностью: учеб. пособие. – М.: Инфра-М, 2009. – 215 с.
7. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации. М., 2000. – 165 с.
8. Гринберг Т.Э., Горохова В.М. Связи с общественностью: теория, практика, коммуникационные стратегии. – М., 2011. – 158 с.
9. Джефкинс Ф., Ядин Д. Паблик рилейшнз/ Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 416 с.
10. Емельянов С.М., Теория и практика связей с общественностью. Вводный курс: [учеб.пособие] / С. М. Емельянов. – СПб: Питер, 2007. – 240 с.
11. Засурский Я.Н. К мобильному обществу. Утопии и реальность. – М.: Изд-во МГУ им. М.В. Ломоносова, 2009. – 309 с.
12. Иванова, К.А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR-текстов. 2-е изд.- СПб.: Питер, 2006. – 160 с.
13. Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383 с.
14. Карр Н. Дж. Блеск и нищета информационных технологий. Почему ИТ не являются конкурентным преимуществом/ Пер. с англ. А.Кириченко. – М.: Секрет фирмы, 2005. – 176 с.
15. Катлип С. и др. Связи с общественностью: теория и практика. – Киев, 2001. – 362 с.
16. Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации. – М.: Академический Проект, 2005. – 400 с
17. Кривоносов А. Д., Филатова О. Г., Шишкина М. А. Основы теории связей с общественностью. СПб.: Питер, 2011. – 384 с.
18. Мельник Г.С. Масс Медиа: психологические процессы и эффекты. – СПб.: Изд-во Санкт-Петерб. Гос. Ун-та, 1996. – 161 с.

19. Музыкант В.Л. Реклама и PR – технологии в бизнесе, коммерции, политике. – М.: Армада-пресс, 2001. – 686 с.
20. Почепцов Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. - М.; Киев: Ваклер, 2000. – 622 с.
21. Рушин Д.А. Исследование средств массовой информации в России и странах СНГ // Технологии информационного общества – Интернет и современное общество: Материалы Всероссийской объединенной конференции. Санкт-Петербург, 20-24 ноября 2000 г. – СПб, 2000.
22. Татаринова Г.Н. Управление общественными отношениями: Учебник для вузов. СПб, 2004. – 317 с.
23. Трофимова Г.Н. Языковой вкус интернет-эпохи в России. Функционирование русского языка в Интернете: концептуально-сущностные доминанты. – М.: Изд-во РУДН, 2004. – 380 с.
24. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью. - М: изд-во «Дело», 2000. – 200 с.
25. Щипицина Л.Ю. Компьютерно-опосредованная коммуникация: Лингвистический аспект анализа. – М. Красанд, 2010. -296 с.

7.2. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

- 1.;
2. www.medialogia.ru – аналитический портал популярности информационных ресурсов в сети Интернет (статистика по упоминаемости в сети)
3. <http://www.tns-global.ru/> международная исследовательская группа
4. <http://mediahubble.ru/> Онлайн-платформа для работников медиаиндустрии
5. www.elibrary.ru, www.rsl.ru основные научные информационные ресурсы России
6. <https://metrika.yandex.ru/>
7. <https://www.liveinternet.ru/rating/ru/>

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ (утв. Ученым советом ННГУ, протокол № от ..2020 г.), с учетом рекомендаций примерной основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.03 - «Издательское дело», профили подготовки - «Издательское дело»

Авторы: к. филол. наук, преподаватель Шибанова Ю.В.

Рецензент (ы) _____

Заведующий кафедрой_____