

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт филологии и журналистики
(факультет / институт / филиал)

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом ННГУ

« ____ » _____ 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

Реклама книги

(наименование дисциплины (модуля))

Уровень высшего образования

бакалавриат

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность

42.03.03-Издательское дело

(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)

Направленность образовательной программы

Книгоиздательское дело

(указывается профиль / магистерская программа / специализация)

Форма обучения

Очная, заочная, очно-заочная

(очная / очно-заочная / заочная)

Нижегород

2022 год

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к Блоку 1. Дисциплины (модули); часть, формируемая участниками образовательных отношений, Б1.В.08. «Реклама книги ». 42.03.03 – Издательское дело (уровень магистратуры)

1. 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	
ПКО-1. Способен проводить научное исследование в сфере журналистики и медиа на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики	ПКО-1.1. Знает основные направления и школы научных исследований в сфере журналистики и медиа	<p>Знать основы методологии научно – исследовательской деятельности; структуру и правила оформления исследовательской работы; теоретические и экспериментальные результаты научно – исследовательской работы по различным направлениям журналистиковедческих исследований, основные принципы, методологические основы и методы журналистиковедческих исследований; основные направления и школы научных исследований в сфере журналистики и медиа</p> <p>Уметь формулировать тему научного исследования, доказывать ее актуальность; работать с различными источниками информации для проведения научного исследования по выбранному направлению в области журналистиковедческих исследований; использовать в рамках самостоятельного научного медиаисследования основные принципы, методологические основы и методы журналистиковедческих исследований;</p> <p>Владеть основными научными</p>	<i>Письменная работа, вопросы к зачету</i>

		<p>понятиями; методами проведения научных исследований; основами методологии научно – исследовательской деятельности; навыками работы с различными источниками научной информации;</p> <p>владеть навыками проведения самостоятельного научного медиаисследования, опираясь на основные принципы, методологические основы и методы журналистиковедческих исследований</p>	
<p>ПКР-8. Способен определять формат, тематику и оценивать материал для нового журналистского текста и (или) продукта с учетом специфики разных типов СМИ;</p>	<p>ПКР-8.1. Осуществляет регулярный мониторинг тем и проблем информационной повестки дня;</p>	<p>Знать технологии мониторинг тем и проблем информационной повестки дня;</p> <p>Уметь применять в процессе осуществления авторской деятельности технологии мониторинг тем и проблем информационной повестки дня;</p> <p>Владеть практическими навыками осуществления мониторинга тем и проблем информационной повестки дня;</p>	<p><i>Письменная работа, вопросы к зачету</i></p>
	<p>ПКР-8.2. Оценивает степень компетентности авторов, качества предоставленных материалов, их соответствия требованиям и формату данного СМИ, целесообразности их публикации</p>	<p>Знать методику оценки компетентности авторов, качества предоставленных материалов, их соответствия требованиям и формату данного СМИ;</p> <p>Уметь корректно применять методику оценки компетентности авторов, качества предоставленных материалов, их соответствия требованиям и формату данного СМИ; принимать обоснованное решение о целесообразности их публикации;</p> <p>Владеть практическими навыками оценки компетентности авторов, качества предоставленных материалов, их соответствия требованиям и формату данного СМИ;</p>	<p><i>Письменная работа, вопросы к зачету</i></p>

--	--	--	--

2. Структура и содержание дисциплины, Трудоемкость дисциплины

Объем дисциплины «PR в Интернете» 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 «PR в Интернете»

Структура дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля), форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)		В том числе															
			Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы											Самостоятельная работа обучающегося 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 «PR в Интернете», Характеристика рекламных площадок нового информационного пространства	6		2					2									2	
Тема №2. Теоретические аспекты электронный бизнеса: продвижение и продажа при помощи всемирной паутины. Изменение мышления современного	6		2					2									2	

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. Специфика работы с ключевыми словами.	12		4				6							2			
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. Фолксномический 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	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки,	Уровень знаний в объеме,

	полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	ошибки.	ошибки.	несколько негрубых ошибок	несколько несущественных ошибок	без ошибок.	превышающую 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.	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения, решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме.	Продемонстрированы 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	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов.	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов.	Продемонстрирован 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 «PR в Интернете».
2. Информационный сайт как основа интернет-коммуникаций. Понятие «посадочная страница». Принципы организации верной информационной навигации.
3. Характеристика рекламных площадок нового информационного пространства. Актуальные направления связей с общественностью в Интернете.
4. Теоретические аспекты электронный бизнеса: продвижение и продажа при помощи всемирной паутины.
5. Определение электронного бизнеса. Направления электронного бизнеса. Основные бизнес-модели.
6. Изменение мышления современного потребителя по отношению к коммерческому и некоммерческому контенту.
7. Виртуальные платежные порталы. Меры предосторожности при проведении финансовых операций в Интернет-пространстве.
8. Электронный маркетинг и его инструментарий в условиях становления новой медиасреды. Специфика планирования рекламной кампании в сети Интернет. Критерии оценки эффективной кампании.
9. Применение UTM-меток.
10. Понятие «Интернет-реклама». Реклама в сети Интернет как один из наиболее активно развивающихся методов продвижения товаров. Рынок Интернет-рекламы в России.
11. Основные виды и характеристики Интернет-рекламы. Рекламный инструментарий специалиста по связям с общественностью в сети Интернет.
12. Традиционные форматы Интернет-рекламы. Баннерная реклама.
13. Виды баннерной рекламы. Нестандартные форматы подачи баннеров. Мультимедиа-технологии в системе продвижения продукта через баннерную рекламу.
14. Оценка эффективности баннерной рекламной кампании через просмотры и клики. Работа с Интернет-агентствами.
15. Контекстная реклама. Рынок контекстной рекламы. Инструменты аналитики эффективно построенной рекламной кампании.

16. Яндекс.Директ. Таргетирование рекламных материалов. Специфика работы с ключевыми словами.
17. Основные рекламные показатели: CTR, CV, CPL, ROI. Время на сайте, глубина просмотра, показатель отказов.
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.
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.
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.
22. Социальные сети и их коммуникативный ресурс. Изменение принципов восприятия рекламной информации. Фолксономический принцип организации информации. Новая модель информационного потребления.
23. Типы социальных сетей. Особенности предпочтений аудитории наиболее крупных социальных сетей.

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.

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.

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.

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

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

Типовое задание по теме 9.

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. Слудский, 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.

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. Кривонос 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. Руцин 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. Татарина 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 42.03.01 - «Реклама и связи с общественностью», профили подготовки - «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления», «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

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

Рецензент (ы) _____

Заведующий кафедрой _____