

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

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Реклама книги

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

42.03.03 - Издательское дело

Направленность образовательной программы

Книгоиздательское дело

Форма обучения

очная, заочная, очно-заочная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.18 Реклама книги относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

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	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
УК-5: Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5.1: Применяет основные категории философии к анализу мировоззренческой специфики различных культурных сообществ</p> <p>УК-5.2: Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям</p> <p>УК-5.3: Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях</p> <p>УК-5.4: Проявляет в своем поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира</p> <p>УК-5.5: Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно</p>	<p>УК-5.1:</p> <p>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;</p> <p>Умеет использовать основы 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</p>	Практическое задание	Зачёт: Контрольные вопросы

	<p>обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера</p>	<p>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: 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 культурным традициям</p> <p>УК-5.3: Знает приемы нахождения и использования необходимой для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях; Умеет использовать необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях; Владеет навыками, необходимыми для</p>		
--	----------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

		<p>саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях</p> <p>УК-5.4: Знает историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, опирающиеся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира; Имеет представление об историческом наследии и социокультурных традициях различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира; Владет навыками культурного поведения, уважительного отношения к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп.</p> <p>УК-5.5: Знает ценностные ориентиры; Умеет сознательно выбирать ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждать и решать проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера; Владет навыками аргументированного обсуждения и решения проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера</p>		
ПКР-10: Способен применять методы формирования целевой аудитории	ПКР-10.1: Участвует в рамках своих полномочий в процессе организации обратной связи с	ПКР-10.1: Знать технологии организации обратной связи с аудиторией;	Практическое задание	Зачёт: Контрольные вопросы

на различных медиаплощадках издательства, отбирать соответствующие темы, жанры и форматы публикаций для аудитории каждой площадки, побуждать ее к взаимодействию	аудиторией (прием почты издательства, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте и страницах в социальных сетях) ПКР-10.2: Применяет в процессе осуществления профессиональной деятельности методы формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках издательства	Уметь использовать в практической деятельности технологии организации обратной связи с аудиторией; Владеть навыками непосредственного участия в процессе формирования обратной связи с аудиторией, в том числе прием редакционной почты, ответы на письма, звонки, комментарии на сайте издательства и на страницах в социальных сетях; ПКР-10.2: Знать технологии и методы формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках издательства; Уметь применять технологии и методы формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках издательства; Владеть навыками непосредственного участия в рамках осуществления профессиональной деятельности в процессе формирования целевой аудитории на различных медиаплощадках издания		
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 ПКР-7.2: Контролирует и оценивает эффективность результатов продвижения издательской продукции	ПКР-7.1: Знать основные теоретические аспекты паблик рилейнз и рекламы, в том числе специфические аспекты паблик рилейнз и рекламы в области издательского дела и книгораспространения; приемы информационно-библиографического сопровождения проектной издательской деятельности; - основные технологии, связанные с рекламой книжной продукции,	Практическое задание	Зачёт: Контрольные вопросы

		<p>специфику взаимодействия с рекламодателями и рекламными агентствами;</p> <p>Уметь применять в профессиональной деятельности основы публичных отношений и рекламы в области издательского дела и книгораспространения;</p> <p>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 области информационно-библиографического и рекламного сопровождения проектной издательской деятельности;</p> <p>- навыками практической деятельности, связанной с взаимодействием с рекламодателями и рекламными агентствами в сфере издательского дела</p> <p>ПКР-7.2:</p> <p>Знать методики оценки и контроля эффективности результатов продвижения издательской продукции;</p> <p>--способы и методы анализа клиентской базы;</p> <p>- специфику обслуживания оптовых и розничных покупателей в сфере книгоиздательского бизнеса;</p> <p>Уметь применять в практической деятельности методики оценки и контроля</p>		
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

		<p>эффективности результатов продвижения издательской продукции;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать знания о методах и способах анализа клиентской базы; - осуществлять обслуживание оптовых и розничных покупателей; <p>Владеть практическими навыками участия в протельской продукции;</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>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> <p>ПКР-8.3: Выявляет покупательский спрос на издательскую продукцию и оценивает конъюнктуру рынка</p>	<p>ПКР-8.1:</p> <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>ПКР-8.2:</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</p>	<p>Практическое задание</p>	<p>Зачёт:</p> <p>Контрольные вопросы</p>

		<p>практического применения и участия в организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции издательств;</p> <p>ПКР-8.3: Знать специфику методов формирования ассортимента предприятий распространения издательской продукции на основе изучения спроса и предложения и оценки результатов продвижения издательской продукции; способы оценки конъюнктуры издательского рынка; Уметь применять в профессиональной деятельности методы формирования ассортимента предприятий распространения издательской продукции на основе изучения спроса и предложения и оценки результатов продвижения издательской продукции; - выявлять и оценивать покупательский спрос на издательскую продукцию и оценивать конъюнктуру рынка; Владеть навыками практической деятельности по формированию ассортимента предприятий распро- странения издательской продукции на основе изуче- ния спроса и предложения и оценки результатов продвижения издательской продукции; - навыками практической деятельности по выявлению покупательского спроса на издательскую продукцию и оценке конъюнктуры рынка;</p>		
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	очно-заочная	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	3	3	3
Часов по учебному плану	108	108	108
в том числе			
аудиторные занятия (контактная работа):			
- занятия лекционного типа	16	10	4
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	16	10	4
- КСР	1	1	1
самостоятельная работа	75	87	95
Промежуточная аттестация	0 Зачёт	0 Зачёт	4 Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)			в том числе											
				Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них									Самостоятельная работа обучающегося, часы		
				Занятия лекционного типа			Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы			Всего					
	0 Ф 0	0 З Ф 0	З Ф 0	0 Ф 0	0 З Ф 0	З Ф 0	0 Ф 0	0 З Ф 0	З Ф 0	0 Ф 0	0 З Ф 0	З Ф 0	0 Ф 0	0 З Ф 0	З Ф 0
Определения понятия «Реклама книги»	8	11	11	2	2	1				2	2	1	6	9	10
Теоретические аспекты электронный бизнеса	12	16	11	2	2	1	2	2		4	4	1	8	12	10
Электронный маркетинг и его инструментарий в условиях становления новой медиасреды	12	12	11	2			2		1	4	0	1	8	12	10
Понятие «Интернет- реклама». Основные виды и характеристики Интернет-рекламы.	12	14	11	2	2	1	2			4	2	1	8	12	10
Традиционные форматы Интернет- рекламы.	10	12	11	2				2	1	2	2	1	8	10	10
Контекстная реклама. Рынок контекстной рекламы.	12	10	10	2	2		2			4	2	0	8	8	10
Почтовые рассылки и реклама в RSS- каналах. Особенности восприятия данных каналов аудиторий. Понятие «спам».	12	6	9	2			2		1	4	0	1	8	6	8
Понятия «блогосфера», «блог». Продвижение продукта через блоги.	10	10	11	2	2	1	2	2		4	4	1	6	6	10
Вирусный и скрытый маркетинг. Создание вирусного эффекта.	8	8	8				2	2	1	2	2	1	6	6	7

Социальные сети и их коммуникативный ресурс. Фолксономический принцип организации информации.	11	8	10				2	2		2	2	0	9	6	10
Аттестация	0	0	4												
КСР	1	1	1								1	1	1		
Итого	108	108	108	16	10	4	16	10	4	33	21	9	75	87	95

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема №1. Определения понятий «Реклама книги», Характеристика рекламных площадок нового информационного пространства

Тема №2. Теоретические 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

Тема № 4

Понятие «Интернет- реклама». Основные виды и характеристики Интернет-рекламы.

Тема №5. Традиционные форматы Интернет- рекламы. Баннерная реклама.

Оценка эффективности рекламной кампании через просмотры и клики.

Тема №6. Контекстная реклама. Рынок контекстной рекламы.

Инструменты аналитики эффективно построенной рекламной кампании.

Яндекс.Директ.

Специфика работы с ключевыми словами.

Тема №7. Почтовые рассылки и реклама в RSS- каналах.

Особенности восприятия данных каналов аудиторией. Понятие «спам».

Тема №8 Понятия

«блогосфера»,

«блог». Продвижение продукта через блоги. Виды блогов. Особенности подачи информации.

Тема №9. Вирусный и скрытый маркетинг. Создание вирусного эффекта.

Психологические принципы построения контента, вызывающего желание поделиться его содержимым с друзьями.

Тема №10. Социальные сети и их коммуникативный ресурс.

Фолксономический принцип организации информации.

Типы социальных сетей

Практические занятия /лабораторные работы организуются, в том числе, в форме практической подготовки, которая предусматривает участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

На проведение практических занятий / лабораторных работ в форме практической подготовки отводится: очная форма обучения - 8 ч., очно-заочная форма обучения - 8 ч., заочная форма обучения - 4 ч.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

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.

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции УК-5:

Подготовьте развернутые ответы на вопросы:

1. Реклама книги. Общая понятийная система, специфика работы.
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 электронного бизнеса: продвижение и продажа при помощи всемирной паутины.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПКР-10:

Подготовьте развернутые ответы на вопросы:

1. Понятие «Интернет-реклама». Реклама в сети Интернет как один из наиболее активно развивающихся методов продвижения товаров. Рынок Интернет-рекламы в России.
2. Основные виды и характеристики Интернет-рекламы. Рекламный инструментарий специалиста по связям с общественностью в сети Интернет.
3. Традиционные форматы Интернет-рекламы. Баннерная реклама.
4. Виды баннерной рекламы. Нестандартные форматы подачи баннеров. Мультимедиа-технологии в системе продвижения продукта через баннерную рекламу.

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПКР-7:

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.

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ПКР-8:

Задание № 1.

Дать оценку активности использования технологий разного уровня (Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0), отметить сферы применения данных технологий; Привести примеры конкретных порталов, работающих на основе технологий данных уровней. Отметить тенденции развития информационных технологий в СМИ.

Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Студент выполнил практическое задание, не допустив серьёзных ошибок.
не зачтено	Студент не выполнил практическое задание или выполнил его с серьёзными ошибками.

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<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 несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в

	ответа		Выполнены все задания, но не в полном объеме	ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	отдельным и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. 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 некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и 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 оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «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»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-5

1. Определения понятий «Реклама в издательском бизнесе».

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 и специфика их продвижения.
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.

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПКР-10

1. Понятие «Интернет-реклама». Реклама в сети Интернет как один из наиболее активно развивающихся методов продвижения товаров. Рынок Интернет-рекламы в России.
2. Основные виды и характеристики Интернет-рекламы. Рекламный инструментарий специалиста по связям с общественностью в сети Интернет.
3. Традиционные форматы Интернет-рекламы. Баннерная реклама.
4. Виды баннерной рекламы. Нестандартные форматы подачи баннеров. Мультимедиа-технологии в системе продвижения продукта через баннерную рекламу.
5. Оценка эффективности баннерной рекламной кампании через просмотры и клики. Работа с Интернет-агентствами.
6. Контекстная реклама. Рынок контекстной рекламы. Инструменты аналитики эффективно построенной рекламной кампании.
7. Яндекс.Директ. Таргетирование рекламных материалов. Специфика работы с ключевыми словами.
8. Основные рекламные показатели: CTR, CV, CPL, ROI. Время на сайте, глубина просмотра, показатель отказов.

5.3.3 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПКР-7

1. Почтовые рассылки. Специфика построения продающего письма. Особенности восприятия данных каналов аудиторией. Понятие «спам» и методы борьбы за внимание потребителя.
2. Реклама в RSS-каналах. Определения потенциальной аудитории RSS-подписки. Базы данных тематических рассылок. Оптимальный расчет периодичности транслирования информации через рассылку.

3. 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.
4. 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.

5.3.4 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПКР-8

1. Социальные сети и их коммуникативный ресурс. Изменение принципов восприятия рекламной информации. Фолксономический принцип организации информации. Новая модель информационного потребления.
2. Типы социальных сетей. Особенности предпочтений аудитории наиболее крупных социальных сетей

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, при изложении допущено несколько ошибок. Имеющиеся умения в целом позволяют решать поставленные задачи и выполнять требуемые задания, однако имеют место существенные недочеты, требуется дополнительная практика. Средний и высокий уровень развития способности относительно группы (развитие способности соответствует ожидаемому), достаточный для решения поставленных задач и выполнения соответствующих заданий. Учебная активность и мотивация проявляются на среднем и высоком уровне, демонстрируется готовность выполнять большинство поставленных задач на приемлемом уровне качества.
не зачтено	Отсутствие знаний по предмету. Не демонстрирует умений, требуется дополнительная подготовка. Уровень развития способности недостаточный для решения поставленных задач и выполнения соответствующих заданий, специальная работа по развитию способностей. Учебная активность и мотивация отсутствуют.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. 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., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=849915&idb=0>.
2. Иншакова Н.Г. Рекламный и пиар-текст: Основы редактирования : учебное пособие / Иншакова Н.Г. - Москва : Аспект-Пресс, 2014. - 256 с. - ISBN 978-5-7567-0732-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=772526&idb=0>.
3. Гнусова И.Ф. Реклама книги : учебное пособие / Гнусова И.Ф. - Москва : Издательский Дом Томского государственного университета, 2021. - 140 с. - ISBN 978-5-94621-986-0., <https://e->

lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=808277&idb=0.

Дополнительная литература:

1. Реклама в коммуникационном процессе / Паршукова Г.Б. - Москва : НГТУ, 2011., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=654488&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

www.medialogia.ru – аналитический портал популярности информационных ресурсов в сети Интернет (статистика по упоминаемости в сети)

<http://www.tns-global.ru/> международная исследовательская группа

<http://mediahubble.ru/> Онлайн-платформа для работников медиаиндустрии

www.elibrary.ru, www.rsl.ru основные научные информационные ресурсы России

<https://metrika.yandex.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

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 по направлению подготовки/специальности 42.03.03 - Издательское дело.

Автор(ы): Шибанова Юлия Владимировна, кандидат филологических наук
Жданова Елена Александровна, кандидат филологических наук.

Заведующий кафедрой: Савинова Ольга Николаевна, доктор политических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.01.2024, протокол № 12.