

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

_____ Хагуров Т.А.
подпись

« _____ » _____ 2018 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.ДВ.06.02 ТЕХНОЛОГИИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ**

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление

подготовки/специальность – 42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) /

специализация – «Печать и информационные агентства»

(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки – академическая

(академическая /прикладная)

Форма обучения – очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2018

Рабочая программа дисциплины Технологии социальных сетей составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика

код и наименование направления подготовки

Программу составил(и):

И.А. Мальцева, доц., канд. филол. наук

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание

подпись

Рабочая программа дисциплины Технологии социальных сетей утверждена на заседании кафедры (разработчика) электронных СМИ и новых медиа протокол № 9 «18» апреля 2018 г.

И. о. заведующего кафедры (разработчика) Вологина Е.В.

фамилия, инициалы

подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры (выпускающей) электронных СМИ и новых медиа протокол № 9 «18» апреля 2018 г.

И. о. заведующего кафедры (разработчика) Вологина Е.В.

фамилия, инициалы

подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 15-18 «25» апреля 2018 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.

фамилия, инициалы

подпись

Рецензенты:

Хлопунова О.В., доц. кафедры издательского дела и медиатехнологий

Осадник М.С., председатель Краснодарского Краевого регионального отделения Федерации спортивных журналистов Кубани, главный редактор интернет-портала «Кубанский спорт.RU»

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель дисциплины

Основная цель дисциплины «Технологии социальных сетей» – сформировать у студентов основные знания и методики анализа социальных сетей, области его применения, научить владеть соответствующим категориальным аппаратом, исследовать социальные сети в контексте новейших направлений в культурологии: теории социального, культурного человеческого и других видов капиталов.

1.2 Задачи дисциплины

- ознакомление студентов с возможностями социальных сетей, различными технологиями сетевого маркетинга;
- формирование представления о разработке стратегии и тактики рекламной коммуникации;
- отработка знаний, умений и навыков в решении вопросов организации, планирования и контроля результатов рекламной политики организации в социальных сетях;
- формирование у обучающихся навыков применения различных рекламных и PR технологий для поддержания имиджа компании в условиях среды социальных сетей.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Технологии социальных сетей» относится к *вариативной* части Блока 1 "Дисциплины по выбору" учебного плана. Для освоения данной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, полученные студентами в результате изучения следующих предметов: «Теория и практика современной рекламы», «Разработка и технология производства рекламного продукта», «Современный медиатекст» и др. Знания, полученные обучающимися в результате изучения дисциплины «Социальные сети», окажут существенную поддержку при изучении таких предметов, как «Реклама на радио и телевидении», «Социальная реклама», «Основы медиапланирования» и т.д.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся профессиональных компетенций (ПК)

№ п.п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-6	готовностью аккумулировать, анализировать информацию из различных источников, необходимую для подготовки медиаконтента в форматах и жанрах повышенной сложности, разрабатывать	перечень интернет-источников и информационных платформ, необходимых для подготовки рекламного медиаконтента в форматах и жанрах повышенной	разрабатывать аналитическое и практическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования в рекламной деятельности в социальных сетях	навыками работы в социальных сетях, коммутировать с представителями различных областей деятельности, работать

№ п.п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		аналитическое обоснование для медиапроектирования и медиамоделирования, способностью общаться с экспертами, представителями различных областей деятельности, работать со статистикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями	сложности		со Интернет-аналитикой, официальными материалами, данными опросов общественного мнения, медиаметрическими показателями.
2.	ПК-7	способностью осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования.	современные принципы и методы рекламного медиапроектирования и медиамоделирования в социальных сетях	создавать рекламный продукт с учетом знания особенностей Интернета как медийной платформы, теории медиапроектирования и медиамоделирования.	навыками разработки рекламного продукта с учетом современных принципов медиапроектирования и медиамоделирования в социальных сетях.

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		В			
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):	24	24			
Занятия лекционного типа	12	12			
Лабораторные занятия	-	-			
Занятия семинарского типа (семинары,	12	12			

практические занятия)						
Иная контактная работа:						
Контроль самостоятельной работы (КСР)		-	-			
Промежуточная аттестация (ИКР)		0,2	0,3			
Самостоятельная работа, в том числе:		47,8	47,8			
<i>Курсовая работа</i>		-	-			
<i>Проработка учебного (теоретического) материала</i>		12	12			
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>		12	12			
<i>Реферат</i>		23,8	23,8			
Подготовка к текущему контролю						
Контроль:						
Подготовка к экзамену		-	-			
Общая трудоемкость	час.	72	72			
	в том числе контактная работа	24,2	24,2			
	зач. ед	2	2			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Темы дисциплины, изучаемые в семестре В

№ раздела	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Что такое социальная сеть, область применения сетевых подходов и их ограничения	18	3	3	-	12
2.	Социальные сети и новая социальность.	18	3	3	-	12
3.	Роль социальных сетей в интернет-маркетинге	18	3	3	-	12
4.	Итоговое занятие. зачет	17,8	3	3	-	11,8
	<i>Итого по дисциплине:</i>		12	12	-	47,8

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание тем дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование темы	Содержание темы	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Что такое социальная сеть, область применения сетевых	Сетевые подходы и традиционные статистические методы. Совместное использование сетевых и статистических методов. Сеть как отображение структуры. Сеть как отображение обменных потоков.	Конспект лекций

	подходов и их ограничения	Область применения социальных сетей. Социальные сети как междисциплинарный подход к решению конкретных задач.	
2.	Социальные сети и новая социальность.	Социокультурная коммуникация в социальных сетях. Культуротворческие практики в социальных сетях. Потенциал применения сетевых методов в культурологии.	Конспект лекций
3.	Социальные сети и их роль в интернет-маркетинге	Виды социальных сетей. Различие соцсетей в зависимости от их функций и популярности. Facebook – крупнейшая соцсеть в мире. Особенности продвижения в этой социальной сети. Вконтакте – крупнейшая российская социальная сеть. Профессиональные социальные сети. Создание и продвижение тематической группы. Посты и рассылка приглашений. Реклама в социальных сетях. Создание и продвижение корпоративного Twitter-аккаунта. Блог как канал продвижения и рекламы.	Конспект лекций

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Что такое социальная сеть, область применения сетевых подходов и их ограничения	Сетевые подходы и традиционные статистические методы. Совместное использование сетевых и статистических методов. Сеть как отображение структуры. Сеть как отображение обменных потоков. Область применения социальных сетей. Социальные сети как междисциплинарный подход к решению конкретных задач.	Дискуссия, реферат
2.	Социальные сети и новая социальность.	Социокультурная коммуникация в социальных сетях. Культуротворческие практики в социальных сетях. Потенциал применения сетевых методов в культурологии.	Дискуссия, реферат
3.	Социальные сети и их роль в интернет-маркетинге	Виды социальных сетей. Различие соцсетей в зависимости от их функций и популярности. Facebook – крупнейшая соцсеть в мире. Особенности продвижения в этой социальной сети. Вконтакте – крупнейшая российская социальная сеть. Профессиональные социальные сети. Создание и продвижение тематической группы. Посты и рассылка приглашений.	Дискуссия, реферат

		Реклама в социальных сетях. Создание и продвижение корпоративного Twitter-аккаунта. Блог как канал продвижения и рекламы.	
--	--	---	--

2.3.3 Лабораторные занятия

Не предусмотрены

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Не предусмотрены

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Реферат	<p>1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 462 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5BE0D083-D344-4AF0-B3E5-C4BEE5ECA6F4.</p> <p>2. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036.</p> <p>3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4.</p> <p>4. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2018. Утвержденные УМК факультета журналистики протокол № 07-17 от 21 июня 2017 г.</p>
2.	Подготовка к дискуссии	<p>1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 462 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5BE0D083-D344-4AF0-B3E5-C4BEE5ECA6F4.</p> <p>2. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036.</p> <p>3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное</p>

	<p>пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 159 с. — (Серия : Университеты России). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4.</p> <p>4.Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2018. Утвержденные УМК факультета журналистики протокол № 07-17 от 21 июня 2017 г.</p>
--	--

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) реализация компетентностного подхода должна предусматриваться использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (дискуссия, круглый стол, опрос, реферат, творческое задание) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся.

Лекционное занятие является одной из основных системообразующих форм организации учебного процесса.

Лекция (Л) – учебное аудиторное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

Лекция представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем - лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Такое занятие представляет собой элемент технологии представления учебного материала путем логически стройного, систематически последовательного и ясного изложения.

Лекция как элемент образовательного процесса должна включать следующие этапы:

- формулировку темы лекции;
- указание основных изучаемых разделов или вопросов и предполагаемых затрат времени на их изложение;
- изложение вводной части;
- изложение основной части лекции;
- краткие выводы по каждому из вопросов;
- заключение;
- рекомендации литературных источников по излагаемым вопросам.

Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям:

- изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному;
- логичность, четкость и ясность в изложении материала;
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся в ходе лекции;
- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные;
- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся;
- научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств;
- активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов;
- разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их;
- эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

Семинарские занятия (С)

Семинар - одна из форм практических занятий, проводимых по наиболее сложным вопросам (темам, разделам) с целью формирования и развития у обучающихся навыков самостоятельной работы, научного мышления, умения активно участвовать в творческой дискуссии, делать выводы, аргументировано излагать свое мнение и отстаивать его. Семинарские занятия проводятся главным образом по гуманитарным и социально-экономическим дисциплинам, требующим научно-теоретического анализа литературных источников.

Порядок подготовки семинарского занятия:

- изучение требований программы дисциплины
- формулировка цели и задач семинара
- разработка плана проведения семинара
- моделирование вступительной и заключительной частей семинара
- предварительная раздача студентам вопросов, заданий (в том числе творческих и индивидуальных), ознакомление с проблемами, являющимися предметом обсуждения на семинаре
- инструктаж студентов по подготовке к семинару

Порядок проведения семинарского занятия:

1. Вводная часть: постановка цели, задач и изложение основного замысла занятия.
2. Основная часть:
 - организация дискуссии: постановка проблемы, выделение основных направлений;
 - выступление докладчика, раскрывающего основные положения по вопросу;
 - выступления содокладчиков, раскрывающих свое видение проблемы;
 - дискуссия по докладу и содокладам.
3. Заключительная часть: завершение дискуссии, обобщение и оценка результатов работы студентов.

Самостоятельная работа (СР)

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности: работа с мультимедийным учебно-методическим комплексом дисциплины, с программами-тренажерами (в первую очередь динамическими и интеллектуальными), с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

4. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля.

К формам текущего контроля относятся: оценка выполнения студентами письменных работ, творческих заданий в рамках практических занятий, в том числе выполненных в ходе самостоятельной работы, реферат.

4.1.2 Примерные темы рефератов

Темы для рефератов:

1. Социальные сети как новый концепт современной культурологии.
2. Что такое социальная сеть, область применения сетевых подходов и их ограничения.
3. Сетевые подходы и традиционные статистические методы. Совместное использование сетевых и статистических методов.
4. Сеть как отображение структуры.
5. Сеть как отображение обменных потоков.
6. Область применения социальных сетей.
7. Социальные сети как междисциплинарный подход к решению конкретных задач.
8. Потенциал применения сетевых методов в культурологии.
9. Социальные сети и новая социальность.
10. Социокультурная коммуникация в социальных сетях.
11. Культуротворческие практики в социальных сетях.

4.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к зачету

1. Социальные сети, область применения сетевых подходов и их ограничения.
- 2 Сетевые подходы и традиционные статистические методы. Совместное использование сетевых и статистических методов.
- 3 Сеть как отображение структуры.
- 4 Сеть как отображение обменных потоков.
- 5 Области применения социальных сетей.
- 6 Социальные сети как междисциплинарный подход к решению конкретных задач.
- 7 Потенциал применения сетевых методов в культурологии.
- 8 Социальные сети и новая социальность.
- 9 Социокультурная коммуникация в социальных сетях
- 10 Культуротворческие практики в социальных сетях
- 11 Информационное общество и социальные сети.
- 12 Социокультурная коммуникация в социальных сетях.
- 13 Особенности презентации социокультурных учреждений в социальных сетях
- 14 Субкультуры в социальных сетях.
- 15 Особенности восприятия информации аудиториями разных социальных сетей.
- 16 Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе.
- 17 Методология мониторинга и анализа данных в социальных сетях.
- 18 Краудсорсинг и исследование социальных сетей для реализации проектов
- 19 Специфика анализа социальных сетей.
- 20 Мониторинг социальных сетей.
- 21 Вконтакте – специфика функционирование социальной сети.
- 22 Одноклассники – специфика функционирование социальной сети.
- 23 Facebook – специфика функционирование социальной сети.
- 24 Instagram – специфика функционирование социальной сети.

25 LiveJournal – специфика функционирование социальной сети.

Критерии оценивания

Зачет проводится устной форме по билетам, которые включают два теоретических вопроса. Оценка знаний студентов производится по следующим критериям:

«**Зачтено**» ставится, если студент отвечает на вопросы устного собеседования, владеет

основными терминами и понятиями по теме курса, может привести примеры из современной практики в сфере отечественной и зарубежной журналистики.

«**Не зачтено**» ставится, если студент не знает ответа на вопросы устного собеседования, не знает базовых определений по теме курса, не может привести примеры из практической отечественной и зарубежной журналистики.

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

5.1 Основная литература:

1. Гуревич, П. С. Социология и психология рекламы : учебное пособие для вузов / П. С. Гуревич. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 462 с. — (Серия : Авторский учебник). [Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5BE0D083-D344-4AF0-B3E5-C4BEE5E6A6F4.
2. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс).

[Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/47AF62A3-0EAE-4871-83A8-2C1DCEBF9036.

3. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 159 с. — (Серия : Университеты России).

[Электронный ресурс] Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4.

4. Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2018. Утвержденные УМК факультета журналистики протокол № 07-17 от 21 июня 2017 г.

5.2 Дополнительная литература:

1. Ашманов И., Иванов А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах.: Питер. – 2011. – 464 с.
2. Интернет-маркетинг на 100% / И. Манн, С. Сухов, В. Долгов, Р. Овчинников.: Манн, Аванов и Фербер. 2011. – 240 с.
3. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях.: Манн, Иванов и Фербер. – 2014. – 240 с.
4. Кремнев Д. Продвижение в социальных сетях.: Питер – 2011. – 160 с.
5. Ледфорд Д., Тайлер М. Google Analytics 2.0. Анализ веб-сайтов. : – 2008. – 368 с.;
6. Чередниченко Ю. Маркетинг в Интернете. Сайт, который зарабатывает. – 2012. М.: Питер. – 176 с.
7. Юрасов А. В., Иванов А. В. Интернет-маркетинг. – 2012. – М.: Телеком. – 246 с.
8. Севостьянов И. Поисковая оптимизация. / Практическое руководство по продвижению сайта в Интернете. - 2012. – М.: Питер. – 224 с.
9. Крохина О. И., Полосина М. Н., Рубель А. В., Сахно О. И., Селин Е. В., Ханина М. С. Первая книга SEO-копирайтера. Как написать текст для поисковых машин и пользователей. – М.: Инфра-Инженери. - 2012. - 216 с.;
10. Вердиян В. Секреты Успешного Интернет-Маркетинга. Руководство Для Тех, Кто Мечтает Вывести Свой Бизнес На Новый Уровень. - М.: Книжный мир, – 2012. – 160 с.;
11. Вирин Ф. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов. – М.: Эксмо. – 2012. – 160 с.;
12. Яковлев А., Довжиков А. Контекстная реклама. Основы. Секрет. Трюки.: ВHV. - 2012. – 248 с.

5.3. Периодические издания:

Не требуется

6. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Интернет-ресурсы:

1. Российское образование. Федеральный портал: образовательные учреждения, программы, стандарты, фонды, конкурсы, мероприятия, тесты и мн.др. -- <http://edu.ru/>
2. Портал "Всеобуч": образовательные учреждения - <http://edu-all.ru>
3. «Все конференции России и зарубежья». Поиск мероприятий, информационные письма, подписка на анонсы ближайших конференций. -- <http://E-conference.ru>
Разместите анонс о Вашей конференции!
4. Библиотеки. Библиографический поиск
5. Научная электронная библиотека (НЭБ). Национальный проект, объединяющий все ведущие научные журналы. Библиографический поиск + много журналов в свободном доступе. -- <http://elibrary.ru> (!)

6. Государственная научная публичная библиотека им. К.Д.Ушинского. Множество сервисов. Лучший поиск литературы по педагогике. -- <http://gnpbu.ru>
7. Каталоги Российской Национальной библиотеки. Электронный каталоге - поиск; генеральный каталог - просмотр каталожных карточек в ящиках! -- <http://www.nlr.ru/poisk> (!)
8. Электронный каталог Российской Государственной библиотеки -- <http://www.rsl.ru/ru/s97/s339/>
9. База данных Российской книжной Палаты «Книги в наличии и в печати»: <http://rbip.bookchamber.ru/searchForm.htm>
10. Крупные базы зарубежных научных журналов -- <http://informaworld.com>, <http://ebSCO.com/>. Поиск источников по теме, аннотации статей и книг. Можно получить временный тестовый б/пл доступ к текстам статей и/или читать их фрагменты (online samples). Полноценный доступ - в крупных библиотеках.
11. Образовательный портал (книги): koob.ru.
12. *Специализированные интернет-ресурсы:*
13. <http://www.raso.ru> – сайт Российской ассоциации по связям с общественностью.
 1. www.sovetnik.ru - один из наиболее подробных сайтов – электронная версия журнала «Советник»
 2. www.pronline.ru – этот сайт содержит статьи в области коммуникативного менеджмента, рецензии, ссылки, а также профессиональные форумы.
 3. <http://expert.ru> – электронная версия журнала «Эксперт».
 4. <http://www.ima-consulting.ru> – сайт компании «ИМА-КОНСАЛТИНГ».
 5. <https://www.biblio-online.ru> – информационно-образовательный проект, предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно- методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе;
 6. <https://e.lanbook.com> – информационно-образовательный проект, в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) предоставляющий круглосуточный индивидуальный Интернет-доступ к электронно-библиотечной системе, содержащей учебные, учебно-методические, научные и иные издания, используемые в образовательном процессе.

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Основной формой самостоятельной подготовки студента является выполнение реферата. Темы рефератов указаны в рабочей программе. Они являются примерными, поэтому по согласованию с преподавателем студент может предложить свою тему реферата. В случае принятия нового нормативного акта, выхода актуальной литературы, преподаватель, ведущий практические занятия, может уточнить тематику, сузить ее, предложить подготовку реферата с последующей публичной защитой одновременно нескольким студентам. При подготовке реферата студент должен решить следующие задачи: — обосновать актуальность и значимость темы; — ознакомиться с литературой и сделать её анализ; — собрать необходимый материал для исследования; — провести систематизацию и анализ собранных данных; — изложить свою точку зрения по

дискуссионным вопросам по теме исследования; — по результатам полученных данных сделать собственные выводы. Реферат должен быть оформлен: напечатан, подписан и сдан преподавателю в установленные сроки. Работа оформляется в соответствии с требованиями ГОСТа, выполняется на бумаге формата А4, шрифт – 14 TimesNewRoman, межстрочный интервал – полуторный, границы полей: верхнее и нижнее – 20 мм, правое – 10 мм, левое – 30 мм. Оптимальный объем реферата – 10-15 страниц.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю).

8.1 Перечень информационных технологий.

Проверка самостоятельной работы студента и консультирование посредством электронной почты.

8.2 Перечень необходимого программного обеспечения.

Для проведения практических занятий по дисциплине предусмотрено использование компьютерных программ:

- Программы для просмотра и создания текстовых файлов («MicrosoftWord»)
- Программы для просмотра pdf-файлов («AdobeReader»)
- Программы для демонстрации и создания презентаций («MicrosoftPowerPoint»)
- Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель «WindowsMediaPlayer»)

8.3 Перечень информационных справочных систем:

- Справочно-правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru>)
- Электронная библиотечная система Издательства «Лань» (<http://www.e.lanbook.com>);
- Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» (<http://www.biblioclub.ru>).
- Электронная библиотечная система «Юрайт» (<http://www.biblio-online.ru>)
- Электронная библиотечная система «BOOK.ru» (<http://www.book.ru>)
- Электронная библиотечная система «ZNANIUM.COM» (<http://www.znanium.com>)

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Учебная аудитория(350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд. № 309, 402(Учебная мебель, стационарный проектор - 1 шт., интерактивная доска - 1 шт.)
2.	Семинарские занятия	Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд. № 309, 402(Учебная мебель, стационарный проектор - 1 шт., интерактивная доска - 1 шт.) Учебная аудитория (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд. № 304,305,404,406,407,408,409(Учебная мебель)
3.	Групповые и индивидуальные консультации	Учебная аудитория (350018г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд. № 304,305, 307,404,406,407,408,409(Учебная мебель)
4.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Учебная аудитория (350018г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд. № 304,305, 307,404,406,407,408,409(Учебная мебель)
5.	Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы (350018 г. Краснодар, ул. Сормовская 7) ауд. № 301 (Учебная мебель, персональный компьютер – 15 шт. с доступом к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации)