


ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

Утверждено:  
на заседании кафедры политологии  
и связей с общественностью  
протокол от 08 июня 2022 г. № 10

Зав. кафедрой  /Э.Н.  
Ямалова

Согласовано:  
Председатель УМК  
факультета философии и социологии

 /Р.Н. Хайруллин

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Интернет-технологии продвижения организации



Обязательная часть

**программа бакалавриата**

Направление подготовки (специальность)  
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки  
Коммуникационный менеджмент

Квалификация  
бакалавр

Разработчики (составители):	
доцент, канд. филос. наук	 /Маяцкая О.Б.
ассистент	 Арчибасов М.Е.

Для приема 2022 г.  
Уфа 2022 г.

Составители:

Маяцкая О. Б.  
Арчибасов М.Е.

Составитель: Маяцкая Ольга Борисовна

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры политологии и связей с общественностью, протокол № 10 от 08 июня 2022 г.

Зав. кафедрой  / Э.Н. Ямалова

## **Список документов и материалов**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)
4. Фонд оценочных средств по дисциплине
  - 4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.
  - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
  - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
  - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине

Категория (группа) компетенций (при наличии ОПК)	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
ОПК -6 технологии	ОПК-6 Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	ОПК-6.1 Знать принципы работы современных информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности	Знание принципов работы современных информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности
		ОПК-6.2 Уметь решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Умение решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

		ОПК-6.3 Владеть навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Владение навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
--	--	---	--

## **2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Интернет-технологии продвижения организации» относится к обязательной части.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре для очной формы обучения.

Курс нацелен на овладение основами основных интернет-технологий продвижения организации, умение интернет-технологии в профессиональной деятельности при проведения маркетинговых кампаний.

## **3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)**

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

## **4. Фонд оценочных средств по дисциплине**

**4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания**

ОПК-6 Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («Не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
ОПК-6.1 Знать принципы работы современных информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности	Знание принципов работы современных информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности	Не сформированы представления о принципах работы современных информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности	Сформированы фрагментарные представления о принципах работы современных информационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в представлениях о принципах современных информационных коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности	Сформированы комплексные и систематические представления о принципах работы современных информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-6.2 Уметь решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе библиографическ	Умение решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографическ	Не сформированы умения решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной	Сформированы начальные умения решать стандартные задачи профессиональной	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в умении решать стандартные задачи	Сформированы на высоком уровне умения решать стандартные задачи профессионал

информационной и библиографической культуры с применением информационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	ой культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	ьной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности
ОПК-6.3 Владеть навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационных технологий и с учетом основных требований информационной	Владение навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Не сформировано владение навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Сформировано фрагментарное владение навыками решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационных технологий и с учетом	Сформированы, но содержатся отдельные пробелы в навыках решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационных технологий	Сформированы комплексные и системные навыки решения стандартных задач профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационных технологий и с учетом основных требований

безопасности			основных требований информационной безопасности и	и с учетом основных требований информационной безопасности	информационной безопасности
--------------	--	--	---	--	-----------------------------

**4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
ОПК-6.1 Знать принципы работы современных информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности	Знание принципов работы современных информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности	Реферат, устный опрос, контрольная работа
ОПК-6.2 Уметь решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Умение решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Реферат, устный опрос, контрольная работа

Критериями оценивания при модульно-рейтинговой системе являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины *для зачета*: текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкала оценивания *для зачета*:

зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),  
не зачтено – от 0 до 59 рейтинговых баллов).



## Рейтинг-план дисциплины

«Интернет-технологии продвижения организации»

Направление подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Курс 3, семестр 5

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
<b>Модуль 1. Место и роль интернет-технологий организации в современном обществе</b>				
<b>Текущий контроль</b>				
1. Аудиторная работа	2	5	0	10
2. Выступление по теме практического занятия	5	3	0	15
<b>Рубежный контроль</b>				
Контрольная работа		1	0	25
<b>Модуль 2. Ключевые технологии интернет-продвижения. Тренды и перспективы</b>				
<b>Текущий контроль</b>				
1. Аудиторная работа	2	5	0	10
2. Выступление по теме практического занятия	5	3	0	15
<b>Рубежный контроль</b>				
Контрольная работа		1	0	25
<b>Поощрительные баллы</b>				
Публикация статей			0	10
<b>Посещаемость</b>				
Посещение лекционных занятий			0	-6
Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	-10
<b>Итоговый контроль</b>				
Экзамен				

## Методика оценивания для экзамена по дисциплине

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины), перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (для экзамена: текущий контроль – максимум 40 баллов; рубежный контроль – максимум 30 баллов, поощрительные баллы – максимум 10; для зачета: текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10). Шкалы оценивания:(для экзамена:от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;от 60 до 79 баллов – «хорошо»; от 80 баллов – «отлично».

**Экзамен** – преследует цель оценить качество усвоения студентом теоретических знаний учебной дисциплины, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение синтезировать полученные знания и применять их к решению практических задач.

### *Примерные вопросы к экзамену*

1. Использование методов интернет-рекламы при продвижении компании в Интернете
2. Автоматизация маркетинговой деятельности
3. Критерии оценки эффективности информационных систем
4. Оценка эффективности внедрения интернет-технологий.
5. Маркетинговые исследования в Интернете
6. E-mail-маркетинг.
7. Public Relations в Интернете
8. Корпоративный Веб-сайт предприятия как инструмент маркетинга
9. Корпоративный портал предприятия как инструмент продвижения на рынке
10. Интернет-услуги для продвижения товаров
11. Продвижение торговой марки в Интернете. Интернет-брендинг.
12. Современные информационные технологии в маркетинговой деятельности предприятия
13. Повышение конкурентоспособности малых предприятий на основе
14. Поведение потребителей в Интернете
15. Электронная коммерция.
16. Виды партнерских программ в интернете.
17. Достоинства партнерских программ.
18. Интернет как новый инструмент продвижения.
19. интернет-технологий
20. Контекстная реклама: цели задачи.
21. Место интернет-продвижения в деятельности компании.
22. Непоисковое продвижение.
23. Неэтичные методы продвижения.
24. Обеспечение механизма обратной связи.
25. Оценка маркетинга в социальных сетях.
26. План интернет-продвижения организации в сети интернет: образ участника и целеполагание.
27. План интернет-продвижения организации в сети интернет: план отбора каналов и креативная концепция.

28. План интернет-продвижения организации в сети интернет: сбор данных, анализ и оптимизация.
29. План интернет-продвижения организации в сети интернет: создание осведомленности и влияния.
30. План интернет-продвижения организации в сети интернет: схема контента.
31. План маркетинга в социальных сетях.
32. Понятие веб-сайта предприятия. Его структура.
33. Понятие партнерских программ.
34. Понятие социальной сети.
35. Порядок оптимизации сайта предприятия.
36. Преимущества электронной почты.
37. Приемы подготовки эффективного электронного письма.
38. Приложения Google Apps. Профессиональные сообщества в интернете.
39. Проблемы и перспективы развития сети Интернет.
40. Роль маркетинга в социальных сетях.
41. Роль посредников при создании сайта предприятия.
42. Роль службы маркетинга при создании веб-сайта предприятия.
43. Сеть Интернет как среда маркетинга.
44. Системы интернет-статистики. Показатели характеризующие эффективность продвижения сайта предприятия в сети Интернет.
45. Совместная работа в сети интернет. Программы обмена мгновенными сообщениями, блоги, хранилища данных, файлообменные сети, онлайн переводчики.
46. Создание партнерских программ.
47. Создание четкого уникального торгового предложения с помощью веб-сайта.
48. Составление семантического ядра сайта.
49. Структурирование целевых аудиторий.
50. Сферы применения поискового маркетинга.
51. Требования к построению электронных сообщений.
52. Уникальность свойств и характеристик сети Интернет.
53. Условия использования инструментов e-mail маркетинга: структура и содержание договоров, ценовая политика.
54. Форматы рекламы в сети Интернет.
55. Цели и задачи, стоящие перед веб-сайтом предприятия.
56. Этические принципы продвижения организации в сети Интернет.
57. Эффективность e-mail маркетинга и методы ее повышения.

Образец экзаменационного билета

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет философии и социологии

Кафедра Этики, культурологии и связей с общественностью

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №9

по дисциплине Интернет-технологии продвижения организации

Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Коммуникационный менеджмент

1. Профессиональные сообщества в интернете.
2. Оценка маркетинга в социальных сетях.

Утверждено на заседании кафедры «15» июня 2021 г. №9

Зав. кафедрой



/ \_Иткулова Л.А.

## Вопросы к практическим занятиям

### Вопросы для семинаров

#### **Модуль 1. Место и роль интернет-технологий в современном постиндустриальном обществе**

##### **Тема 1. Информационное общество. Значение интернета, информации в условиях современного рынка**

Информационное общество как особая форма общественного устройства.

Ценность информации в условиях современности

Использование интернета в коммерческих целях. История и современность

##### **Тема 2. Маркетинговая деятельность в сети Интернет. Сущность, специфика, тренды**

Специфика интернет-маркетинга в России и за рубежом

Основные тренды отечественного интернет-маркетинга

Интернет-маркетинг и традиционный маркетинг. Проблемы сосуществования

##### **Тема 3. Специфика планирования маркетинговой деятельности в Интернете**

Определение образа участника и целеполагание

Создание собственной цифровой платформы

План отбора каналов и креативная концепция

Схема контента

Создание осведомленности и влияния

План унификации каналов

Сбор данных, анализ и оптимизация

##### **Тема 4. Коммуникационные инструменты интернет-среды**

Основные типы интернет-коммуникации

Общая характеристика коммуникационного инструментария маркетолога в цифровом пространстве

Реклама и ее типы в интернет-маркетинге

##### **Тема 5. Характерные особенности интернет-продвижения организации в цифровой среде**

Передовые инструменты цифрового маркетинга

Понятие поискового маркетинга. Таргетинг. Маркетинговая ценность поисковой системы

Виды и инструменты поискового маркетинга. Поисковая оптимизация сайта

##### **Тема 6. Проблема лидогенерации**

Лид как конверсионное действие клиента направленное на покупку чего-либо

Омникальность как тренд 2019-2020 гг

Принципы Веб-аналитики

##### **Тема 7. Принципы эффективности интернет-сайта организации в контексте маркетинговой деятельности**

Создание веб-сайта и типы сайтов

Этапы развития веб-сайтов и появление веб-систем

Характеристика интернет-пользователей

Конкуренты в Интернет и бенчмаркинг

Уникальное торговое предложение сайта и общая стратегия продвижения

##### **Тема 8. SEO как инструмент интернет-маркетинга и продвижения организации**

Основные факторы успеха SEO-оптимизации

Голосовой поиск и виртуальные ассистенты

Проблема линкбилдинга

##### **Модуль 2. Ключевые технологии интернет-продвижения. Тренды и перспективы**

##### **Тема 9. Роль и значение Web-дизайна в интернет маркетинге**

Персонализация сайтов как необходимый элемент интернет-маркетинга

Роль оптимизации сайтов под требования мобильных приложений в условиях современности

Использование видео-контента как тренд современности

##### **Тема 10. Специфика рекламы в условиях цифровизации**

Баннерная реклама

Баннерообменные сети

Рич-медиа-реклама

Текстовая реклама  
Взаимодействие с тематически близкими ресурсами  
Обмен статьями  
Трансляция новостей и информеры  
**Тема 11. Проблема неэтичных методов продвижения**

Спам  
Обман поисковых систем  
Накрутка цитируемости  
Накрутка счетчиков  
Накрутка посещаемости  
Всплывающие окна  
«Черный» PR  
Тайпсквоттинг

**Тема 12. Использование социальных сетей в целях продвижения организации**

Понятие социальной сети  
Изменение роли маркетолога в социальных сетях  
Новые правила взаимодействия  
План маркетинга в социальной сети

**Тема 13. Специфика и значение SMM в современном маркетинге**

Сущность и значение SMM  
Чат-боты как тренд современности  
Интерактивный контент и стримминг как элементы маркетинговой стратегии

**Тема 14. Блогосфера и лидеры мнений в контексте продвижения организации**

Потенциал и эффективность лидеров мнений и инфлюэнсеров  
Крупные, средние и мелкие инфлюэнсеры. Их особенности и потенциал

**Тема 15. Проблема поисковой оптимизации**

Повышение трафика сайта как условие его эффективности  
Механизмы сотрудничества с поисковыми системами с целью повышения трафика сайта

**Тема 16. Контент-маркетинг**

Контент-маркетинг как технология привлечения пользователей за счет размещения полезного контента  
Матрица контент-маркетинга (по данным кампании Smartinsights)

**Тема 17. Партнерские программы в контексте их использования в интернет-маркетинге**

Проблема необходимости использования партнерских программ для эффективности интернет-маркетинга  
Характеристика ключевых агрегаторов партнерских программ

**Тема 18. Просьюмеризм как маркетинговая практика инетрнет-пространства**

Основная характеристика феномена просьюмеризма  
Движение просьюмеров по Ф. Котлеру  
Концепция produsage А. Бранса

***Методические указания***

В целях успешной подготовки, проведения практических занятий и эффективного самостоятельного изучения рекомендованных тем обучающимся необходимо соблюдать следующие основные методические положения.

Обучающимся необходимо помнить, что качество полученного образования в немалой степени зависит от активной роли самого обучающегося в учебном процессе. научить обучающихся творчески мыслить, анализировать текущую социально-экономическую и политическую ситуации, выявлять существенные черты исторических процессов.

Задачи практических занятий: закрепление и углубление знаний, полученных на лекциях и приобретенных в процессе самостоятельной работы с учебной литературой,

другими материалами; формирование у обучающихся умений и навыков работы с научной литературой и специальными документами, анализ различных источников знаний, подготовка выступлений.

Практическому занятию должно предшествовать ознакомление с лекцией на соответствующую тему и литературой, указанной в плане этих занятий. Занятия проходят в следующих основных формах: свободного опроса обучающихся по заданным вопросам, обсуждения проблемных ситуаций, интерактива, тестирования и др.

Занятия могут происходить и в форме реферативного доклада, рассчитанного на 10-15 минут. Структурно он должен состоять из трех частей: вводной, основной и заключительной. Во вводной части доклада обычно раскрывается научно-практическое значение темы сообщения, перечисляются основные вопросы содержания доклада. В основной части излагается материал, приводятся точки зрения на выдвинутую проблему. Желательно высказать собственное мнение обучающегося по излагаемой теме. В заключительной части доклада делаются краткое обобщение выступления и выводы. Такая схема доклада помогает обучающемуся более полно и глубоко усвоить и осветить в докладе узловые положения обсуждаемой темы, стимулирует развитие обучающимся творческой способности, активности и инициативы.

Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач:

- логическое мышление, навыки создания научных работ гуманитарного направления, ведения дискуссий на заданную тему;
- развитие навыков работы электронными источниками;
- осуществление эффективного поиска информации;
- получение, обработка и сохранение источников информации;
- преобразование информации в знание;
- формирование и аргументированное отстаивание собственной позиции по различным проблемам.

#### **Критерии оценки (в баллах):**

- 5 баллов выставляется студенту, если принимает активное участие в обсуждении темы, очень хорошо отвечает на вопросы и умеет формулировать и отстаивать свою точку зрения;
- 4 балла выставляется студенту, если принимает участие в обсуждении темы, хорошо отвечает на вопросы;
- 3 балла выставляется студенту, если удовлетворительно отвечает на вопросы;
- 0 баллов выставляется студенту, если не готов к занятию.

#### **Примерные темы рефератов**

1. Рынок аутсорсинга в России
2. Возможности создания центра оффшорного программирования в г.Уфа - маркетинговый подход.
3. Безопасность платежей в Интернете
4. Проблемы покупок в Интернете
5. Создание фирмы, оказывающей услуги по заказному ПО в г.Уфа - маркетинговый подход
6. Проблемы развития информационных технологий в Республике Башкортостан
7. Цифровое неравенство
8. Возможности применения систем искусственного интеллекта в маркетинге и рекламе
9. Продвижение программных продуктов через Интернет

10. .Состояние и перспективы развития спутникового Интернета
11. .Состояние и перспективы развития спутникового телевидения
12. .Интернет-телефония - состояние и перспективы
13. .Электронные коммуникации - возможности для бизнеса
14. E-mail-маркетинг.
15. Public Relations в Интернет.е
16. Автоматизация маркетинговой деятельности.
17. Безопасность платежей в Интернете. Проблемы покупок в Интернете.
18. Возможности применения систем искусственного интеллекта в маркетинге и рекламе.
19. Интернет-услуги для продвижения товаров.
20. Использование методов интернет-рекламы при продвижении компании в Интернете.
21. Корпоративный Веб-сайт предприятия как инструмент маркетинга.
22. Корпоративный портал предприятия как инструмент продвижения на рынке.
23. Критерии оценки эффективности информационных систем.
24. Маркетинговые исследования в Интернете.
25. Оценка эффективности внедрения интернет-технологий.
26. Поведение потребителей в Интернете.
27. Повышение конкурентоспособности малых предприятий на основе интернет-технологий.
28. Проблемы развития информационных технологий в Республике Башкортостан.
29. Продвижение программных продуктов через Интернет.
30. Продвижение торговой марки в Интернете. Интернет-брендинг.
31. Развитие информационных технологий в Республике Башкортостан.
32. Рынок аутсорсинга в России.
33. Современные информационные технологии в маркетинговой деятельности предприятия.
34. Технология WiMax состояние и перспективы.
35. Цифровое неравенство.
36. Электронная коммерция.
37. Электронные коммуникации - возможности для бизнеса.

Критерии и методика оценивания:

- 5 баллов выставляется студенту за правильно составленный реферат, в котором отражена актуальность, проблема полностью логически раскрыта, имеется полный список источников, отражающий современное состояние заданной темы.

- 4 балла выставляется студенту за правильно составленный реферат, но с отдельными неточностями, не до конца отражена актуальность, проблема логическим изложением раскрыта, но требует небольшого дополнения. Имеется неполный список источников, отражающий современное состояние заданной темы.

- 3 балла выставляется студенту, в случае, если реферат составлен с упущениями, актуальность отражена недостаточно. При раскрытии проблемы допущены незначительные ошибки. Список источников включает устаревшие данные не отражающие современное состояние заданной темы.

- 2 балла выставляется студенту, если реферат составлен со значительными упущениями, актуальность отражена недостаточно, при раскрытии проблемы допущены значительные ошибки; студент неполно ответил, либо не ответил ни на один дополнительный вопрос.



- 1 балл выставляется студенту, если студент сделал неполный реферат на заданную тему и не ответил ни на один дополнительный вопрос.

- 0 баллов выставляется студенту, если он не выполнил работу.

**Контрольная работа.** Подготовка контрольной работы по курсу является одной из форм обучения, которая позволяет студенту проявить навыки самостоятельной работы. Выполнение контрольной работы преследует цель формирования специальных и общих навыков с учебниками, научной и справочной литературой.

По своей форме контрольная работа состоит из двух частей:

1) теоретическая часть, которая представляет собой систематическое, достаточно полное изложение изученного материала в соответствии с вопросами темы.

2) практическая часть в виде решения задач.

Примерные задания для контрольной работы (для очной формы обучения):

1 вариант.

1. Необходимо провести анализ информационных ресурсов сети Интернет (один на выбор студента).
2. Определить тип информационного ресурса, охарактеризовать его структуру и основные разделы.
3. Указать примерную периодичность обновления каждого раздела, предназначение информационного ресурса и его наполнение контентом. Представить полученные данные в виде аналитической записки.

2 вариант

1. Провести анализ страниц социальных сетей организации (одна на выбор студента).
2. Выявить гендерную и возрастную структуру подписчиков, количество «живых» и «мертвых» аккаунтов, провести анализ постов, выявить взаимосвязь между характером контента и всплесками пользовательской активности, проанализировать.
3. Дать свои рекомендации для дальнейшего развития группы с учетом выявленной специфики.

Описание методики оценивания:

Контрольная работа, соответствующая всем предъявляемым требованиям, может быть оценена положительно и зачтена. Если работа не зачтена, она должна быть представлена на повторное рецензирование.

Задания для контрольной работы (для очной формы обучения)

Подготовка контрольной работы по курсу является одной из форм обучения, которая позволяет студенту проявить навыки самостоятельной работы. Выполнение контрольной работы преследует цель формирования специальных и общих навыков с учебниками, научной и справочной литературой.

По своей форме контрольная работа состоит из практической части, которая представляет собой решение задач по каждой теме курса.

Оформление контрольной работы:

Титульный лист контрольной работы оформляется по установленному образцу. Работа должна быть выполнена в текстовом редакторе Microsoft Office Word с соблюдением

следующих требований: шрифт Times New Roman; поля: левое – 25 мм, правое – 15 мм, верхнее и нижнее – 20 мм; размер шрифта основного текста – 14 пт.; размер шрифта ссылок

– 10 пт.; межстрочный интервал – полуторный; межстрочный интервал ссылок – 1 см.; абзацный отступ – 1,25 см. Текст должен быть выровнен по ширине страницы.

Описание методики оценивания:

Контрольная работа, соответствующая всем предъявляемым требованиям, может быть оценена положительно и зачтена. Если работа не зачтена, она с учетом сделанных замечаний должна быть переработана и представлена на повторное рецензирование.

Контрольные работы предъявляются на проверку не позднее, чем за две недели до начала сессии.

Критерии оценки КР (баллах и в процентах правильных ответов):

Баллы	Описание
25 баллов	студент полностью выполнил задание контрольной и проявил отличные знания учебного материала. При этом работа оформлена в соответствии с требованиями и ГОСТом, к ней можно предъявить минимум замечаний.
15 баллов	студент выполнил все задания, показал хорошие знания по пройденному материалу, но не сумел обосновать предложенные решения задач, когда есть недочеты в оформлении контрольной работы и общие небольшие замечания, не влияющие на ее качество.
10 баллов	студент выполнил все задания, показал хорошие знания по пройденному материалу, но не сумел обосновать предложенные решения задач, когда есть недочеты в оформлении контрольной работы и общие замечания, влияющие на ее качество.
5 баллов	Оценку «удовлетворительно» студент получает за полностью выполненное задание контрольной при наличии в ней существенных неточностей и недочетов, не умения студента верно применить полученные знания, в оформлении работы есть нарушения ГОСТ, не аргументированные ответы, неактуальные или ненадежные источники информации.
3 балла и менее	«Неудовлетворительно» студент получает в том случае, когда он не полностью выполнил задание проявил недостаточный уровень знаний, не смог объяснить полученные результаты. Такая контрольная работа не отвечает требованиям, содержит противоречивые сведения, задачи в ней решены неверно.

## 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Учебная дисциплина обеспечена учебно-методической документацией и материалами. Ее содержание представлено в локальной сети вуза и на сайте факультета философии и социологии БашГУ <http://www.bashedu.ru/o-fakultete-filosofii-i-sotsiologii> Обучающимся обеспечен доступ к современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам в компьютерном классе факультета философии и социологии БашГУ, а также к Электронной библиотеке БашГУ по адресу: <http://lib.bashedu.ru>.

### 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы,

#### необходимой для освоения дисциплины

##### а) Основная литература:

1. Гаврилова, М. В. Методы и методики исследования политической коммуникации [Электронный ресурс] / М. В. Гаврилова .— СПб. : Издательство Невского института языка и культуры, 2008 .— 91 с .— Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online" .— ISBN 5-89349-897-6 .— <URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=137746&sr=1>>.

2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.Н. Чумиков, М. Бочаров , С. Самойленко .— М. : Издательский дом «Дело», 2016 .— 521 с. — Доступ к тексту электронного издания возможен через Электронно-библиотечную систему "Университетская библиотека online" .<URL:[https://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=442983&sr=1](https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=442983&sr=1)>.

**б) Дополнительная литература:**

1. Связи с общественностью: стратегическое управление коммуникациями : учебное пособие / под ред. Л.С. Сальниковой ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 445 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9406-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=480378>

**5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины**

Перечень программного обеспечения:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от 17.06.2013 г.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г
3. Консультант Плюс. Договор № 28826 от 09.01.2019 г. Лицензии бессрочные.

Перечень информационных справочных систем:

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»;
- ЭБС издательства «Лань»;
- ЭБС «Электронный читальный зал»;

<https://protect.gost.ru/>

<https://ppt-online.org/>

<https://www.profiz.ru>

<http://gramota.ru/>

<http://www.slovari.ru/>

<https://dic.academic.ru>

<http://pr.web-3.ru>

<http://orthographia.ru/>

<http://www.e-xecutive.ru>

<http://www.piar.ru>

<http://pr-info.ru>

<http://pr-life.ru>

<http://www.raso.ru>

<http://www.soob.ru>

<http://www.rwr.ru>

<http://studlib.com/>

<https://vnaumov.timepad.ru>

<https://prexplore.ru>

**6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
<p><i>учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа:</i> аудитория № 409 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)<i>помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования:</i> аудитория № 305 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4),</p>	Лекции	<p><b>Аудитория № 409</b> Учебная мебель, доска.</p>
<p><i>учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа:</i> аудитория № 409 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	Практические занятия	<p><b>Аудитория № 409</b> Учебная мебель, доска.</p>
<p><i>учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций:</i> аудитория № 409 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</p> <p><i>учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации:</i> аудитория № 421 Лаборатория ИТ (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 406 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	<p>Индивидуальные и групповые консультации,</p> <p>промежуточная аттестация.</p>	<p><b>Аудитория № 409</b> Учебная мебель, доска.</p> <p><b>Аудитория № 406</b> Учебная мебель, доска. <b>Аудитория 421</b> <b>Лаборатория ИТ</b> Учебная мебель, доска, компьютер (системный блок Power Cool\ Core i3-8100 (3,6)\8Gb HDD 1 Tb\DVD-RW\450W\ Win 10 pro\ кл-ра USB\ Мышь USB\ LCD Монитор 21,5 (15 штук). ПО: 1. Windows 10. Предустановленная. Лицензия бессрочная. Договор №004 от 19.03.2019 г. 2. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №104 от</p>

		<p>17.06.2013 г.</p> <p>3. Microsoft Office Standard 2013 Russian. OLP NL Academic Edition. Бессрочная. №114 от 12.11.2014 г.</p> <p>4. Консультант Плюс. Договор № 28826 от 09.01.2019 г. Лицензии бессрочные.</p>
<p><i>помещения для самостоятельной работы:</i>          читальный зал № 5 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4)</p>	<p>Самостоятельная работа</p>	<p><b>Читальный зал №5</b>          Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, принтер Kyocera M130 – 1 шт., сканер Epson V33 – 1 шт., моноблок Compaq Intel Atom, 20.0”, 2 GB, Моноблок IRu 502, 21.5”, Intel Pentium, 4 GB, огнетушитель – 1 шт., подставка автосенсорная на сканер – 1 шт.</p>

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
ФАКУЛЬТЕТ ФИЛОСОФИИ И СОЦИОЛОГИИ

**СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

дисциплины «Интернет-технологии продвижения организации» на 5 семестр  
очной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины Очная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	5/180
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	55,2
лекционных	18
практических	36
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	72
Учебных часов на подготовку к зачету (Контроль)	52,8

Форма контроля:  
Экзамен 5 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		Л К	ПР/СЕ М	Л Р	СРС		
1	2	4	5	6	7	9	10
1.	Модуль 1. Место и роль интернет-технологий в современном постиндустриальном обществе  Тема 1. Информационное общество. Значение интернета, информации в условиях современного рынка	2	2		4	1. Изучение вопросов темы; 2. Конспектирование основной и доп. литературы; 3. Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные и интернет-ресурсы.	Проверка научной и учебной литературы. Устный опрос.
2.	Тема 2 Маркетинговая деятельность в сети Интернет. Сущность, специфика, тренды	2	2		4	1. Изучение вопросов темы;  2. Конспектирование основной и доп. литературы; 3. Проработка конспекта лекций, учебников.	1) Проверка научной и учебной литературы. 2) Устный опрос.
3.	Тема 3. Специфика планирования маркетинговой деятельности в Интернете		2		4	1. Конспектирование основной и доп. литературы;	1) Проверка научной и учебной литературы.



						2)Устный опрос.
4.	Тема 4. Коммуникационные инструменты интернет-среды.	2	2		4	проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные и интернет- ресурсы. Проверка научной и учебной литературы Устный опрос.
5.	Тема 5. Характерные особенности интернет-продвижения организации в цифровой среде	2	2		4	1. Изучение вопросов темы; 2.Конспектирование основной и доп. литературы; 3. Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные и интернет- ресурсы. Проверка научной и учебной литературы. Устный опрос.
6.	Тема 6. Проблема лидогенерации		2		4	1. изучение вопросов темы; 2.конспектирование основной и доп. литературы; 3. проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные ресурсы и использование ресурсов интернет. 1)Проверка научной и учебной литературы 2)Устный опрос.
7.	Тема 7. Принципы эффективности интернет-сайта организации в контексте маркетинговой деятельности	2	2		4	1. Изучение вопросов темы; 2.Конспектирование основной и доп. литературы; 3. Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные и интернет- ресурсы. Проверка научной и учебной литературы. Устный опрос.
8	Тема 8. SEO как инструмент интернет-маркетинга и продвижения организации	2	2		4	1. Изучение вопросов темы; 2.Конспектирование основной и доп. литературы; 3. Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные и интернет- ресурсы. 1)Проверка научной и учебной литературы. 2) Устный опрос 3) Контрольная работа

9.	<b>Модуль 2. Ключевые технологии интернет-продвижения. Тренды и перспективы</b> Тема 9. Роль и значение Web-дизайна в интернет маркетинге		2		4	1. Изучение вопросов темы; 2. Конспектирование основной и доп. литературы; 3. Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные и интернет- ресурсы.	Проверка научной и учебной литературы. Устный опрос.
10.	Тема 10. Специфика рекламы в условиях цифровизации		2		4	1. Изучение вопросов темы; 2. Конспектирование основной и доп. литературы; 3. проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные и интернет- ресурсы.	Проверка научной и учебной литературы. Устный опрос.
11.	Тема 11. Проблема неэтичных методов продвижения					1. Конспектирование основной и доп. литературы.	Проверка научной и учебной литературы. Устный опрос.
			2		4		
12.	Тема 12. Использование социальных сетей в целях продвижения организации	2	2		4	Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные и интернет-ресурсы.	) Проверка научной и учебной литературы. ) Устный опрос
13.	Тема 13. Специфика и значение SMM в современном маркетинге	2	2		4	1. Изучение вопросов темы; 2. Конспектирование основной и доп. литературы; 3. Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные и интернет- ресурсы.	Проверка научной и учебной литературы. Устный опрос.

14.	Тема 14. Блогосфера и лидеры мнений в контексте продвижения организации		2		4	1. Изучение вопросов темы; 2. Конспектирование основной и доп. литературы; 3. Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные и интернет-ресурсы.	Проверка научной и учебной литературы. Устный опрос.
15	Тема 15. Проблема поисковой оптимизации	2	2		4	1. Изучение вопросов темы; 2. Конспектирование основной и доп. литературы; 3. Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные и интернет-ресурсы.	1) Проверка научной и учебной литературы. Устный опрос.
16	Тема 16. Контент-маркетинг		2		4	1. Изучение вопросов темы; 2. Конспектирование основной и доп. литературы; 3. Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные и интернет-ресурсы.	1) Проверка научной и учебной литературы. 2) Устный опрос.
17	Тема 17. Партнерские программы в контексте их использования в интернет-маркетинге		2		4	1. Изучение вопросов темы; 2. Конспектирование основной и доп. литературы; 3. Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные и интернет-ресурсы.	1) Проверка научной и учебной литературы. 2) Устный опрос.

18	Тема 18. Просьюмеризм как маркетинговая практика инетрнет-пространства		2		4	1. Изучение вопросов темы; 2. Конспектирование основной и доп. литературы; 3. Проработка конспекта лекций, учебников, литературы, включая информационные и интернет-ресурсы.	1) Проверка научной и учебной литературы. 2) Устный опрос. 3) Контрольная работа
<b>Всего часов:</b>		<b>18</b>	<b>36</b>		<b>72</b>		

