

Министерство науки и высшего образования  
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Донецкий государственный университет»

Филологический факультет  
Кафедра журналистики



П.А. Машаров

2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ИНТЕРНЕТ-СМИ**  
**И СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА»**

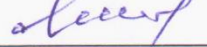
Укрупненная группа направлений подготовки	42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело
Программа высшего образования	Программа магистратуры
Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Магистерская программа	Реклама и связи с общественностью
Квалификация	Магистр
Форма обучения	очная; заочная

Рабочая программа адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2024

Рабочая программа дисциплины «**Реклама и связи с общественностью в интернет-СМИ и социальных медиа**» для обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (Магистерская программа: Реклама и связи с общественностью), составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 года №528 (с изм. и доп.), Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2024 года.

Разработчик:

Доцент кафедры журналистики, канд. фил. наук  А. О. Якель


Рабочая программа одобрена на заседании кафедры журналистики  
Протокол от 26 марта 2024 г. № 10

Заведующий кафедрой

 И. М. Артамонова

СОГЛАСОВАНО

Декан филологического факультета

 Н. А. Ярошенко

28 марта 2024 г.

Учебно-методическая комиссия филологического факультета  
Протокол от 27 марта 2024 г. № 3

Председатель

 С. В. Руденко

Руководитель основной профессиональной образовательной программы,  
д-р наук по соц. коммуникациям  
26 марта 2024 г.

 И.М. Артамонова

## 1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: «Введение в специальность», «Информационно-коммуникационные технологии в рекламе и PR, «Теория и практика рекламы: реклама в интернете», Журналистский практикум: интернет-СМИ», «Социальные сети как инструмент рекламы», «Социальные сети как инструмент связей с общественностью».

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

Научно-исследовательская работа (НИР) рассредоточенная, Производственная профессионально-творческая практика, Производственная научно-исследовательская практика.

## 2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	42.04.01 Реклама и связи с общественностью (Магистерская программа: Реклама и связи с общественностью)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ОД Реклама и связи с общественностью в интернет-СМИ и социальных медиа
Часть образовательной программы	Вариативная часть: выбор вуза
Количество зачетных единиц / всего часов	3 / 108

### 1.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	2	3	-	—	39	69	108	экзамен
Заочная	2	4	-	—	6	102	108	экзамен

## 3. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Сформировать системное представление у студенческой аудитории об организации деятельности новых медиа, специфике коммуникации в виртуальном пространстве, ознакомить студентов с использованием инструментария современных коммуникационных средств в практике выполнения профессиональных журналистских обязанностей.

#### 4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	ОПК-6.1. Отбирает и внедряет в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	ОПК-6.1.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.
		ОПК-6.1.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

#### 5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Название темы	Краткое содержание темы (вопросы темы)
Тема 1. Инструментарий новых медиа	Типология инструментов продвижения. Тенденции в развитии новых медиа. SMM, SEO и e-mail маркетинг. Продвижение с помощью контекстной рекламы.
Тема 2. SEO-копирайтинг	Составление семантического ядра. Оптимизация текста. Информационный стиль. Типология SEO-статей.
Тема 3. Контентная стратегия	Типология контента. Контентное стратегирование. Медиапланирования и медиаменеджмент в соцсетях. Контентное планирование. Тайминг. Инструменты вовлечения. Оценка контентной стратегии.
Тема 4. Создание медийных бренд-платформ	Целеположение в продвижении медиабрендов. Поиск трендов. Формирование бренд-платформ. Использование мессенджеров в медиамаркетинге.
Тема 5. Продвижение в Telegram	Создание бренд-платформы в Telegram. Определение целевой аудитории. Использование алгоритмизации. Формы контента.
Тема 6. Продвижение в VK	Создание бренд-платформы в VK. Определение целевой аудитории. Использование алгоритмизации. Формы контента.

#### 6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Форма обучения – очная, курс – 2, семестр – 3

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Тема 1. Инструментарий новых медиа	—	—	6	12	18

Тема 2. SEO-копирайтинг	—	—	6	12	18
Тема 3. Контентная стратегия	—	—	6	12	18
Тема 4. Создание медийных бренд-платформ	—	—	6	12	18
Тема 5. Продвижение в Telegram	—	—	7	10	17
Тема 6. Продвижение в VK	—	—	8	11	19
<b>ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП</b>	—	—	39	69	108

Форма обучения – заочная, курс – 2, семестр – 4

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Тема 1. Инструментарий новых медиа	—	—	1	18	19
Тема 2. SEO-копирайтинг	—	—	1	18	19
Тема 3. Контентная стратегия	—	—	1	18	19
Тема 4. Создание медийных бренд-платформ	—	—	1	18	19
Тема 5. Продвижение в Telegram	—	—	1	15	16
Тема 6. Продвижение в VK	—	—	1	15	16
<b>ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП</b>	—	—	6	102	108

## 7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 7.1. Контрольные вопросы

1. Типология контента.
2. Принципы создания каналов в Telegram.
3. Алгоритм контент-стратегии.
4. Алгоритм формирования семантического ядра контент-стратегии.
5. Виды и назначение вовлекающего контента.
6. Понятие SEO-копирайтинга.
7. Понятие поисковой оптимизации.
8. Методы привлечения подписчиков: френдинг, посев, масс-фоллвинг.
9. Оценка контент-стратегии: ER, KPI, CTR.
10. Конверсия, фидбек, релевантность, лид, лояльность, оффер.
11. Алгоритм оптимизации сайта.
12. Цели создания бренд-платформы.
13. Стратегия присутствия бренда в VK.
14. Принципы создания контент-плана сообщества в социальных сетях.
15. Понятие социального медиамаркетинга: цели, этапы, инструментарий.
16. Определение KPI бренд-платформы.
17. Принципы формирования контента для Telegram.
18. Принципы создания медиаплана бренд-платформы.
19. Продвижение каналов в Telegram.
20. Мониторинг эффективности бренд-платформ конкурентов.

### 7.2. Темы письменных заданий (типы задач)

В течение семестра студенты работают над разработкой концепции продвижения бренда в Telegram и VK. Основой для выбора инструментов продвижения служат знания, полученные в процессе изучения материалов курса.

7.3. Образец содержания экзаменационного билета (при наличии экзамена по дисциплине)

Донецкий государственный университет  
Факультет филологический  
Кафедра журналистики

*Программа подготовки:* **магистратура**  
*Направление подготовки:* **42.04.01 Реклама и связи с общественностью**  
*Магистерская программа:* **Реклама и связи с общественностью**  
*Очная форма обучения. Семестр* **2**  
*Заочная форма обучения. Семестр* **2**  
*Учебная дисциплина* **Реклама и связи с общественностью в интернет-СМИ и социальных медиа**

#### ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №1

1. Алгоритм контент-стратегии.
2. Стратегия присутствия бренда в VK.
- 3.

Утверждено на заседании кафедры журналистики,  
протокол № \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Заведующая кафедрой  
Экзаменатор

\_\_\_\_\_  
И.М. Артамонова  
\_\_\_\_\_  
А.О. Якель

#### 8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний студентов по дисциплине проводится по 100-балльной шкале согласно таким критериям, приведенным в таблице ниже. *Организационно-учебная работа студента* в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, активность во время проведения практических занятий (вопросы лектору по теме изучаемого материала, участие в обсуждении пройденного материала, решение задач и ситуаций у доски и т. п.).

##### 8.1. Форма обучения – очная, курс – 2, семестр – 3

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1	Организационно-учебная работа в аудитории	12
	Самостоятельная работа	10
	Контрольная работа по теоретическому материалу	13
	Индивидуальное задание	15
<b>ИТОГО</b>		<b>50</b>
<b>Экзамен</b>		<b>50</b>
<b>Общий итог за семестр</b>		<b>100</b>

## 8.2. Форма обучения – заочная, курс – 2, семестр – 4

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1	Организационно-учебная работа в аудитории	5
	Самостоятельная работа	20
	Контрольная работа по теоретическому материалу	10
	Индивидуальное задание	15
<b>ИТОГО</b>		<b>50</b>
<b>Экзамен</b>		<b>50</b>
<b>Общий итог за семестр</b>		<b>100</b>

## Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено
70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

## 9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования...
- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере;
  - экзамен и зачет проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается



с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.

## 10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Практические занятия проводятся в компьютерном классе, оборудованном компьютерами с лицензионным программным обеспечением, доступом к сети Интернет, столами, доской.

Оборудование может быть использовано в том числе и для организации обучения в дистанционном формате.

Оборудование:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- наглядные и электронные пособия;
- мультимедийный проектор мобильный;
- мультимедийная активная акустическая стереосистема (акустические колонки);
- ноутбук;
- рабочая доска;
- экран.

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

## 11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

### 11.1 Основная литература

1. Реклама и связи с общественностью в интернет-СМИ и социальных медиа: учебно-методическое пособие / Сост.: А. О. Якель. — Донецк: ДонГУ, 2023 — 104 с.

### 11.2. Дополнительная литература

2. Интернет-маркетинг на 100 % / Н. Андросов, И. Ворошилов, В. Долгов [и др.] ; под ред. Сергея Сухова. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2010. - 228 с.
3. Информационное воздействие и манипуляции в СМИ : библиографический список литературы (2000-2017 гг.) / [сост.: Е. К. Белявская ; ред. В. А. Кротова] ; ГОУ ВПО "Донецкий



нац. ун-т". - Донецк : ДонНУ, 2017. - 20 с.

4. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности "Связи с общественностью" / А. Г. Киселев. - Москва : ЮНИТИ, 2010. - 431 с.

5. Коммуникативные технологии в процессах политической мобилизации : коллективная монография / [В.А. Ачкасова, Г.С. Мельник, В.А. Ачкасов и др.] ; науч. ред.: В. А. Ачкасова, Г. С. Мельник. - Москва : Флинта : Наука, 2016. - 245, [1] с.

6. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии / под ред. В. М. Горохова, Т. Э. Гринберг. - Москва : Аспект Пресс, 2013. - 198 с.

## 12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.

2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. –Текст: электронный.

3. Научная электронная библиотека «**КиберЛенинка**»: сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

4. Электронно-библиотечная система «**Лань**»: [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.

6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.

7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. **Электронный архив ДонГУ:** раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

## 13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).