

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»  
Факультет истории, мировой политики и социологии  
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:  
И.о. декана факультета



И.Е. Зудов

«22» июня 2023 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине Цифровой маркетинг и SEO

Направление подготовки/специальность: 47.03.01 - Философия

Профиль/направленность/специализация: Теоретико-методологический

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2023

Тамбов, 2023

**Автор программы:**

Кандидат экономических наук, доцент Чепурова Ирина Федоровна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 47.03.01 - Философия (уровень бакалавриата) (приказ Министерства науки и высшего образования РФ от «12» августа 2020 г. № 966).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «15» июня 2023 г. Протокол № 21

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Факультета истории, мировой политики и социологии, Протокол от «22» июня 2023 г. № 9.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП Бакалавриата.....	4
3. Объем и содержание дисциплины.....	4
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	6
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	12
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	12
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	13

## 1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- научно-исследовательский
- педагогический

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 01 Образование и наука (в сферах: реализации образовательных программ среднего профессионального образования, высшего образования, дополнительных профессиональных программ; научных исследований)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
---	---	-----------------------------------

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

## 2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Цифровой маркетинг и SEO» относится к обязательной части учебного плана ОП по направлению подготовки 47.03.01 - Философия.

Дисциплина «Цифровой маркетинг и SEO» изучается в семестре.

## 3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины:

Вид учебной работы
<b>Общая трудоёмкость дисциплины</b>

3.2. Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
3 семестр		
1	Сущность и основные определения цифрового маркетинга	Опрос; Контрольная работа
2	Социальные сети в современном информационном обществе	Собеседование
3	Понятие поискового продвижения	Собеседование; Реферат

4	SEO копирайт и рерайт	Контрольная работа; Опрос
---	-----------------------	---------------------------

## Тема 1. Сущность и основные определения цифрового маркетинга (УК-6)

### Лекция.

Сущность и основные определения цифрового маркетинга: электронная коммерция, электронный бизнес, интернет-маркетинг, цифровые инструменты; интернет; интерактивный маркетинг. Интернет-маркетинг и электронный бизнес.

Этапы становления и развития электронной коммерции в России и за рубежом. Диджитализация экономики. Характерные черты «Экономики 3:0» и «Экономики 4:0». Соотношение понятий «электронный бизнес», «электронная коммерция», «мобильная коммерция».

Основные категории электронного рынка по взаимодействию субъектов рыночных отношений в Интернет: business-to-business, B2B; business-to-consumer, B2C; consumer-to-consumer, C2C; business-to-administration, B2A; consumer-to-administration, C2A. Глобальная сеть и цифровой маркетинг.

Особенности цифрового маркетинга: глобальный доступ; маркетинг категории «один на один»; интерактивный маркетинг; маркетинг в режиме удобного для потребителя времени; интегрированный маркетинг. Клиентоориентированный маркетинг как основа digital-маркетинга.

### Практическое занятие.

- 1 Сущность и основные определения цифрового маркетинга: электронная коммерция, электронный бизнес, интернет-маркетинг, цифровые инструменты; интернет; интерактивный маркетинг.
- 2 Интернет-маркетинг и электронный бизнес.
- 3 Этапы становления и развития электронной коммерции в России и за рубежом.
- 4 Диджитализация экономики. Характерные черты «Экономики 3:0» и «Экономики 4:0». Соотношение понятий «электронный бизнес», «электронная коммерция», «мобильная коммерция».
- 5 Основные категории электронного рынка по взаимодействию субъектов рыночных отношений в Интернет: business-to-business, B2B; business-to-consumer, B2C; consumer-to-consumer, C2C; business-to-administration, B2A; consumer-to-administration, C2A.
- 6 Глобальная сеть и цифровой маркетинг.
- 7 Особенности цифрового маркетинга: глобальный доступ; маркетинг категории «один на один»; интерактивный маркетинг; маркетинг в режиме удобного для потребителя времени; интегрированный маркетинг. Клиентоориентированный маркетинг как основа digital-маркетинга.

### Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы.

## Тема 2. Социальные сети в современном информационном обществе (УК-6)

### Лекция.

История появления социальных сетей. Понятие социальных сетей в контексте информационного общества.

Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе. Влияние социальных сетей на общество в целом. Психологические аспекты. Области использования социальных сетей. Отличия социальных сетей по аудитории и назначению. Основные социальные сети в пространстве СНГ, их отличия и специфика. Основные российские социальные сети, особенности аудиторий в них.

### Практическое занятие.

Обсуждение со студентами конкретных примеров использования социальных сетей в различных областях

### Задания для самостоятельной работы.

**Тема 3. Понятие поискового продвижения (УК-6)****Лекция.**

Задачи, решаемые с помощью SEO (продажа товаров и услуг, заработок с рекламы, присутствие бренда). Отличие SEO от контекстной рекламы. Как работает интернет: домен, сервер, хостинг. На чём работают сайты? HTML / CSS / PHP / JS, обзор CMS. Принципы работы поисковых систем: переходы по ссылкам, индексирование, ранжирование. Основные этапы продвижения сайта

**Практическое занятие.**

- 1 Задачи, решаемые с помощью SEO (продажа товаров и услуг, заработок с рекламы, присутствие бренда).
- 2 Отличие SEO от контекстной рекламы.
- 3 Как работает интернет: домен, сервер, хостинг.
- 4 На чём работают сайты? HTML / CSS / PHP / JS, обзор CMS.
- 5 Принципы работы поисковых систем: переходы по ссылкам, индексирование, ранжирование.
- 6 Основные этапы продвижения сайта

**Задания для самостоятельной работы.**

Углубленное изучение материалов темы

**Тема 4. SEO копирайт и рерайт (УК-6)****Лекция.**

Копирайт и рерайт. SEO копирайт и рерайт. Плотность вхождения ключевых слов. Текстовые анализаторы. Составление технического задания. Объем текста. Оформление текста. Способы проверки уникальности текста.

**Практическое занятие.**

- 1 Копирайт и рерайт.
- 2 SEO копирайт и рерайт.
- 3 Плотность вхождения ключевых слов.
- 4 Текстовые анализаторы.
- 5 Составление технического задания.
- 6 Объем текста. Оформление текста.
- 7 Способы проверки уникальности текста.

**Задания для самостоятельной работы.**

Углубленное изучение материалов темы.

**4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства****4.1. Распределение баллов:**

3 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 70 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки

1.	Сущность и основные определения цифрового маркетинга	Опрос	10	<p>Полно излагает изученный материал, даёт правильное определенное понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные. Излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.</p> <p>Студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки "отлично", но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого.</p> <p>Излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке теорий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.</p> <p>Студент обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений и теорий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.</p>
		Контроль ная работа	20	<p><b>КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА</b> одна из форм проверки и оценки усвоенных знаний, получения информации о характере познавательной деятельности, уровне самостоятельности и активности учащихся в учебном процессе, об эффективности методов, форм и способов учебной деятельности.</p> <p>20 баллов. Студент правильно выполнил контрольную работу. Студент демонстрирует хорошее владение теоретическим материалом и способен верно применять эти знания при решении практических задач. Работа выполнена на высоком уровне, студент проявил самостоятельность и отличное владение теоретическим материалом.</p> <p>15 баллов. Студент правильно выполнил контрольную работу, но имеются некоторые недочеты. Студент демонстрирует владение теоретическим материалом и способен верно применять эти знания при решении практических задач.</p> <p>10 баллов. Выполненная работа имеет ряд существенных недочетов. Студент демонстрирует владение теоретическим материалом, но испытывает затруднения с его применением при решении практических задач.</p>
2.	Социальные сети в современном информационном обществе	<b>Собеседование(контрольный срез)</b>	10	<p>10 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. Ответ сопровождается презентацией.</p> <p>5 – Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. Ответ сопровождается презентацией.</p> <p>3 В ответе имеются недоработки, материал представлен не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. Презентация выполнена не в полном объеме.</p> <p>1 Тема раскрыта частично, поверхностно. Презентация не подготовлена.</p>

3.	Понятие поискового продвижения	Собеседование	20	<p>10 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. Ответ сопровождается презентацией.</p> <p>5 – Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. Ответ сопровождается презентацией.</p> <p>3 В ответе имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. Презентация выполнена не в полном объеме.</p> <p>1 Тема раскрыта частично, поверхностно. Презентация не подготовлена.</p>
		Реферат	10	<p>Реферат - это продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определённой научной (учебноисследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы,</p> <p>приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на неё. 25 баллов начисляется, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.</p> <p>20 баллов основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы.</p> <p>10 баллов – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности, тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод.</p> <p>5 баллов – тема не раскрыта, работа была использована из сети интернет.</p> <p>Баллы не начисляются, если вышеперечисленные требования не были соблюдены.</p>



4.	SEO копирайт и рерайт	<b>Контрольная работа(контрольный срез)</b>	10	<p>КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА одна из форм проверки и оценки усвоенных знаний, получения информации о характере познавательной деятельности, уровне самостоятельности и активности учащихся в учебном процессе, об эффективности методов, форм и способов учебной деятельности.</p> <p>20 баллов. Студент правильно выполнил контрольную работу. Студент демонстрирует хорошее владение теоретическим материалом и способен верно применять эти знания при решении практических задач. Работа выполнена на высоком уровне, студент проявил самостоятельность и отличное владение теоретическим материалом.</p> <p>15 баллов. Студент правильно выполнил контрольную работу, но имеются некоторые недочеты. Студент демонстрирует владение теоретическим материалом и способен верно применять эти знания при решении практических задач.</p> <p>10 баллов. Выполненная работа имеет ряд существенных недочетов. Студент демонстрирует владение теоретическим материалом, но испытывает затруднения с его применением при решении практических задач.</p>
		Опрос	10	<p>10 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. Ответ сопровождается презентацией.</p> <p>5 – Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. Ответ сопровождается презентацией.</p> <p>3 В ответе имеются недоработки, материал представлен не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. Презентация выполнена не в полном объеме.</p> <p>1 Тема раскрыта частично, поверхностно. Презентация не подготовлена.</p>
5.	Посещаемость		10	100% посещаемость
6.	Премияльные баллы		20	<p>Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- постоянная активность во время практических занятий – 20 баллов;</li> <li>- подготовленную презентацию – 15 баллов;</li> <li>- участие с докладом на студенческой конференции по тематике изучаемой дисциплины – 10 баллов</li> </ul>
7.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		70	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольных срезов.
8.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по экзамену выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно

## 4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

### Контрольная работа

#### Тема 1. Сущность и основные определения цифрового маркетинга

- 1 Система управления маркетингом.
- 2 Эволюция концепции маркетинга, стратегический и операционный маркетинг
- 3 Продукт (product): карта продукта, жизненный цикл. Цена (price) на основе маркетинговой информации
- 4 Коммуникации (promotion), Процесс, содержание, фирменный стиль, средства усиления воздействия, influence маркетинг. Основы копирайтинга и визуализции. Системный подход к контенту
- 5 Размещение (placement). Интернет маркетинг, цифровые технологии в продвижении: SMM (social media marketing): таргетинг
- 6 Размещение (placement). Интернет маркетинг, цифровые технологии в продвижении: Партнерские программы. Видео и мобильная реклама. E-mail-маркетинг. Продвижение в мессенджерах. Новейшие решения (программатик, AR, VR)

#### Тема 4. SEO копирайт и рерайт

Интернет маркетинг, цифровые технологии в продвижении: разработка сайта и SEO.

Контекстная реклама, Яндекс-директ.

Медийная реклама.

### Опрос

#### Тема 1. Сущность и основные определения цифрового маркетинга

- 1 Сущность и основные определения цифрового маркетинга: электронная коммерция, электронный бизнес, интернет-маркетинг, цифровые инструменты; интернет; интерактивный маркетинг.
- 2 Интернет-маркетинг и электронный бизнес.
- 3 Этапы становления и развития электронной коммерции в России и за рубежом.
- 4 Диджитализация экономики. Характерные черты «Экономики 3:0» и «Экономики 4:0». Соотношение понятий «электронный бизнес», «электронная коммерция», «мобильная коммерция».
- 5 Основные категории электронного рынка по взаимодействию субъектов рыночных отношений в Интернет: business-to-business, B2B; business-to-consumer, B2C; consumer-to-consumer, C2C; business-to-administration, B2A; consumer-to-administration, C2A.
- 6 Глобальная сеть и цифровой маркетинг.
- 7 Особенности цифрового маркетинга: глобальный доступ; маркетинг категории «один на один»; интерактивный маркетинг; маркетинг в режиме удобного для потребителя времени; интегрированный маркетинг. Клиентоориентированный маркетинг как основа digital-маркетинга.

#### Тема 4. SEO копирайт и рерайт

Цифровые технологии в продвижении: разработка сайта и SEO

### Реферат

### Тема 3. Понятие поискового продвижения

Оценка эффективности маркетинговой деятельности.

Веб аналитика и юзабилити.

Искусственный интеллект в маркетинге

### Собеседование

#### Тема 2. Социальные сети в современном информационном обществе

- 1 Карта основных транснациональных социальных сетей.
- 2 Отличия социальных сетей по аудитории и назначению.
- 3 Предпосылки появления социальных сетей в различных политических условиях и на различных уровнях развития общества.

#### Тема 3. Понятие поискового продвижения

- 1 Задачи, решаемые с помощью SEO (продажа товаров и услуг, заработок с рекламы, присутствие бренда).
- 2 Отличие SEO от контекстной рекламы.
- 3 Как работает интернет: домен, сервер, хостинг.
- 4 На чём работают сайты? HTML / CSS / PHP / JS, обзор CMS.
- 5 Принципы работы поисковых систем: переходы по ссылкам, индексирование, ранжирование.
- 6 Основные этапы продвижения сайта

#### 4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме

#### Типовые вопросы

- 1 Инструменты маркетинга вовлечения в условиях цифровой экономики.
- 2 Управление эффективными продажами товаров и услуг в условиях цифровой экономики.
- 3 Основные категории электронного рынка по взаимодействию субъектов рыночных отношений в Интернет: business-to-business, B2B; business-to-consumer, B2C; consumerto-consumer, C2C; business-to-administration, B2A; consumer-to-administration, C2A.
- 4 Особенности цифрового маркетинга: глобальный доступ;
- 5 маркетинг категории «один на один»;
- 6 интерактивный маркетинг;
- 7 маркетинг в режиме удобного для потребителя времени;
- 8 интегрированный маркетинг.
- 9 Клиентоориентированный маркетинг как основа digital-маркетинга.
- 10 Социальные сети в контексте информационного общества: определение понятия, основные характеристики и функции, специфика социальных сетей как средства коммуникации.
- 11 Этапы развития коммуникационных технологий Интернета. Технологическая платформа Веб 2.0. Особенности PR и маркетинга в эпоху Веб 2.0.
- 12 Общая характеристика языка сети Интернет. Дискурсивные характеристики текстов социальных сетей.
- 13 Специфика социальной сети ВКонтакте: аудитория, инструменты, типы контента.
- 14 Специфика социальной сети Одноклассники: аудитория, география, инструменты, типы контента.
- 15 Специфика социальной сети Facebook: аудитория, инструменты, типы контента.
- 16 Специфика социальной сети Twitter: аудитория, инструменты, типы контента.
- 17 Специфика социальной сети Instagram: аудитория, инструменты, типы контента.
- 18 Реклама в социальной сети ВКонтакте: возможности таргетирования, форматы рекламы, понятие посева.

## 19 Типы контента социальных сетей.

### Типовые задания для

- 1 Понятие Интернета и социальных сетей, их роль в рекламе и в системе связей с общественностью.
- 2 Эволюционные процессы в Интернет-технологиях и социальных сетях.
- 3 Интернет, как основа для развития Social media.
- 4 Влияние воздействия социальных сетей на трансформацию мышления пользователей.
- 5 Разновидности коммуникаций и коммуникантов в Интернете.
- 6 Электронная коммуникация в системе коммуникационных каналов.
- 7 Интернет - сервисы, в системе Интернет-коммуникаций.
- 8 Особенности формирования доменов.
- 9 Понятие Интернет - аудитории, пользователи, целевой аудитории, целевых групп.
- 10 Характеристика мировой аудитории социальных сетей.

#### 4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)		
«хорошо» (70 - 84 баллов)		
«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)		
«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)		

## 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1 Основная литература:

1. Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+. - 2021-06-10; Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 408 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/86789.html>

2. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика : учебное пособие. - Москва: Юнити, 2015. - 383 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712>

## 6.2 Дополнительная литература:

1. Чумиков, А. Н., Бочаров, М. П., Тишкова, М. В. PR в Интернете: web 1.0, web 2.0, web 3.0. - 2021-08-31; PR в Интернете: web 1.0, web 2.0, web 3.0. - Москва: Альпина Паблишер, 2020. - 131 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/96860.html>
2. Звягинцева, О. С., Кенина, Д. С., Бабкина, О. Н., Исаенко, А. П. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Коммуникационный менеджмент. - Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2019. - 132 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/109384.html>
3. Васильева, Е. Ю., Сергиевская, Н. В. Коммуникационный менеджмент : учебно-методическое пособие. - 2026-08-02; Коммуникационный менеджмент. - Москва: МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ, 2020. - 44 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/101795.html>

## 6.3 Иные источники:

1. ЭБС «Znanium.com» - <http://www.znanium.com/index.php?item=main>
2. Словари и энциклопедии он-лайн - <http://dic.academic.ru> - <http://dic.academic.ru>
3. Большая советская энциклопедия - <http://slovari.yandex.ru/dict/bse/article/00084/17900.htm>

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

7-Zip 9.20

Adobe acrobat

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Microsoft Windows 10

Office 2007

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» . – URL: <https://rusneb.ru>
2. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
3. Российская национальная библиотека. – URL: <http://nlr.ru>
4. Электронная библиотека ТГУ. – URL: <https://elibrary.tsutmb.ru/>

[https://auth.tsutmb.ru/authorize?response\\_type=code&client\\_id=moodle&state=xyz](https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz)

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.