

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

УТВЕРЖДАЮ:  
Декан факультета



С. С. Худяков  
«04» июля 2022 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине Б1.В.ДВ.04.1 Медиапродукт в цифровой среде (подкастинг)

Направление подготовки/специальность: 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

Профиль/направленность/специализация: Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2022

Тамбов, 2022

**Авторы программы:**

Кандидат филологических наук, доцент Пядышева Тамара Геннадиевна

Кандидат филологических наук, доцент Видная Ольга Евгеньевна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень магистратуры) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 528).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «20» июня 2022 г. Протокол № 10

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Факультета филологии и журналистики, Протокол от «04» июля 2022 г. № 12.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП Магистра.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	12
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	14
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	14

## 1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

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

- научно-исследовательский

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

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
	ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	Осуществляет планирование при разработке концепции медиапроекта подкаста в цифровой среде

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения			
		Очная (семестр)		Заочная (семестр)	
		2	3	2	3
1	Антикризисные коммуникации в цифровой среде		+		+
2	Брендинг территорий		+		+
3	Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом		+		+
4	Инструменты и сервисы цифрового PR и маркетинга		+		+
5	Массовые коммуникации и медиапланирование	+		+	

6	Медиапланирование в digital	+		+	
7	Медиапродукт в цифровой среде (проектирование вебсайтов)		+		+
8	Планирование и реализация коммуникационных кампаний	+		+	
9	Политическая реклама и PR		+		+
10	Политический PR		+		+
11	Профессионально-творческая практика	+		+	
12	Разработка и технология производства коммуникационного продукта для цифровой среды		+		+
13	Разработка и технология производства рекламного и PR-продукта		+		+
14	Социальные медиа и блогинг		+		+
15	Стратегические коммуникации в цифровой среде		+		+
16	Территориальный и страновой брендинг		+		+

## 2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Медиапродукт в цифровой среде (подкастинг)» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина «Медиапродукт в цифровой среде (подкастинг)» изучается в 3 семестре.

## 3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 3 з.е.

Очная: 3 з.е.

Заочная: 3 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
<b>Общая трудоёмкость дисциплины</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
Контактная работа	24	10
Лекции (Лекции)	8	4
Практические (Практ. раб.)	16	6
Самостоятельная работа (СР)	84	94
Зачет	-	4

## 3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
3 семестр								
1	Основные аспекты и особенности процесса разработки современного медиапроекта	1	1	2	1	12	12	Контрольная работа
2	Подкастинг и стриминг	2	1	4	1	20	20	Собеседование
3	Возникновение и развитие подкастинга и стриминга в России и мире	1	1	2	1	16	16	Собеседование
4	Типология и жанровые разновидности подкастов	1	0,5	2	1	12	18	Собеседование
5	Технология создания и воплощения подкаста	2	0,5	4	1	14	14	Собеседование
6	Запуск и продвижение медиапроекта.	1	-	2	1	10	14	Научный доклад

### Тема 1. Основные аспекты и особенности процесса разработки современного медиапроекта (ПК-2)

#### Лекция.

„Авторский медиапроект: обязательные разделы обоснование темы, техническое задание, проблемно пространство проекта и способы решения поставленной проблемы.

#### Практическое занятие.

Разработка самостоятельных авторских медиапроектов на основе проанализированных тематических и проблемных направлений современного медиaproстранства (отечественного и зарубежного).

#### Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы.

### Тема 2. Подкастинг и стриминг (ПК-2)

#### Лекция.

Появление термина "подкаст". Три определения подкастинга. Определение стриминга. Изучение подкастинга и стриминга. Сложности в изучении явления подкастинга. Технологии RSS в создании подкастов. Кто такой подкастер? Профессионалы и любители в подкастинге. Амплуа подкастеров. Подкастер как создатель контента. Подкастер как редактор. Подкастер как звукорежиссер.

#### Практическое занятие.

- 1 Появление термина "подкаст".
- 2 Три определения подкастинга.

- 3 Определение стриминга.
- 4 Изучение подкастинга и стриминга.
- 5 Сложности в изучении явления подкастинга.
- 6 Технологии RSS в создании подкастов.
- 7 Кто такой подкастер? Профессионалы и любители в подкастинге.
- 8 Амплуа подкастеров.
- 9 Подкастер как создатель контента.
- 10 Подкастер как редактор.
- 11 Подкастер как звукорежиссер.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

- 1 Углубленное изучение материалов темы.
- 2 Технологии создания разных видов текста
- 3 Основы редактирования и корректуры
- 4 Коммерческие виды текста
- 5 Форматы текстового контента

### **Тема 3. Возникновение и развитие подкастинга и стриминга в России и мире (ПК-2)**

#### **Лекция.**

Возникновение подкастинга и стриминга в теоретическом и практическом воплощении. Развитие стриминга в мировой индустрии образования и развлечения. Подкастинг в мире как результат развития коммерческой идеи.

Подкастинг за рубежом, его популярность и востребованность. Подкастинг в России. Василий Стрельников и его BigPodcast у истоков российского подкастинга. Российские радиостанции и их подкасты.

#### **Практическое занятие.**

- 1 Возникновение подкастинга и стриминга в теоретическом и практическом воплощении.
- 2 Развитие стриминга в мировой индустрии образования и развлечения.
- 3 Подкастинг в мире как результат развития коммерческой идеи.
- 4 Подкастинг за рубежом, его популярность и востребованность.
- 5 Подкастинг в России.
- 6 Российские радиостанции и их подкасты.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

- 1 Углубленное изучение материалов темы.
- 2 Василий Стрельников и его BigPodcast у истоков российского подкастинга.

### **Тема 4. Типология и жанровые разновидности подкастов (ПК-2)**

#### **Лекция.**

Типология и жанровые разновидности подкастов. Типология и направления подкастов. Подкасты-терминалы. PodFM и Castbox. Подкасты традиционных СМИ. Подкасты-аудиоблогинги. Жанровые разновидности подкастов. Разговорные подкасты (неформальное повествование). Нарративные подкасты. Художественные подкасты. Образовательные подкасты. Технические подкасты.

#### **Практическое занятие.**

- 1 Типология и направления подкастов.
- 2 Подкасты-терминалы.
- 3 PodFM и Castbox.
- 4 Подкасты традиционных СМИ.
- 5 Подкасты-аудиоблогинги.
- 6 Жанровые разновидности подкастов.
- 7 Разговорные подкасты (неформальное повествование).

- 8 Нарративные подкасты.
- 9 Художественные подкасты.
- 10 Образовательные подкасты.
- 11 Технические подкасты.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

- 1 Углубленное изучение материалов темы.
- 2 Регистрация и создание своего канала на PodFM.ru. Размещение и описание подкаста на канале PodFM.ru. Способы привлечения к аудио пользователей. Продвижение своего канала.

### **Тема 5. Технология создания и воплощения подкаста (ПК-2)**

#### **Лекция.**

Идея подкаста. Выбор целевой аудитории подкаста. Выбор площадки для размещения подкаста. Выбор периодичности выхода и хронометражного диапазона подкаста. Выбор жанра и типа подкаста. Технология создания аудиоподкаста. Технология создания слайдкаста. Технология создания видеоподкаста. Технология создания слайдкаста.

#### **Практическое занятие.**

- 1 Идея подкаста.
- 2 Выбор целевой аудитории подкаста.
- 3 Выбор площадки для размещения подкаста.
- 4 Выбор периодичности выхода и хронометражного диапазона подкаста.
- 5 Выбор жанра и типа подкаста.
- 6 Технология создания аудиоподкаста.
- 7 Технология создания слайдкаста.
- 8 Технология создания видеоподкаста.
- 9 Технология создания слайдкаста.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

- 1 Углубленное изучение материалов темы.
- 2 Размещение своего аудио подкаста на PodFM.ru. Организация выступлений с демонстрацией своего аудио подкаста на аудио хостинге.

### **Тема 6. Запуск и продвижение медиапроекта. (ПК-2)**

#### **Лекция.**

Основные параметры продвижения цифровых продуктов. Каналы продвижения. Медиаплан. SEO и SMM. A/B-тестирование.

#### **Практическое занятие.**

Составление медиаплана для продвижения проекта, в том числе с применением SMM- и SEO-инструментария.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

Углубленное изучение материалов темы.

### **4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства**

#### **4.1. Распределение баллов:**

3 семестр

- текущий контроль – 80 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.	Основные аспекты и особенности процесса разработки современного медиапроекта	Контроль ная работа	20	20-15 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную 14-9 – Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. 8-4 В ответе имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. 3-1 Тема раскрыта частично, поверхностно.
2.	Подкастинг и стриминг	Собеседо вание(ко нтрольн ый срез)	10	10 - Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную 9 – Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. 6 В ответе имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. 3 Тема раскрыта частично, поверхностно.
3.	Возникновение и развитие подкастинга и стриминга в России и мире	Собеседо вание	20	
4.	Типология и жанровые разновидности подкастов	Собеседо вание	20	
5.	Технология создания и воплощения подкаста	Собеседо вание(ко нтрольн ый срез)	10	10 - Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную 9 – Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. 6 - В ответе имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. 3-1 Тема раскрыта частично, поверхностно.

6.	Запуск и продвижение медиапроекта.	Научный доклад	20	20-15 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную 14-9 – Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. 8-4 В ответе имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. 3-1 Тема раскрыта частично, поверхностно.
7.	Премияльные баллы		20	Дополнительные премияльные баллы могут быть начислены: – за написание реферата по одной из выбранных тем, выполненного на качественном уровне – 20 баллов; - постоянная активность во время практических занятий – 20 баллов; - участие с докладом во всероссийской конференции по тематике изучаемой дисциплины – 10 баллов; – полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – – 10 баллов.
8.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		70	Баллы добора - выполнение всех заданий курса.
9.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по зачету 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
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

## 4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

### Контрольная работа

Тема 1. Основные аспекты и особенности процесса разработки современного медиапроекта  
Разработка самостоятельных авторских медиапроектов на основе проанализированных тематических и проблемных направлений современного медиaproстранства (отечественного и зарубежного).

### Научный доклад

Тема 6. Запуск и продвижение медиапроекта.

Составление медиаплана для продвижения проекта, в том числе с помощью SMM- и SEO-инструментария.

### Собеседование

Тема 2. Подкастинг и стриминг

1 Появление термина "подкаст".

- 2 Три определения подкастинга.
- 3 Определение стриминга.
- 4 Изучение подкастинга и стриминга.
- 5 Сложности в изучении явления подкастинга.
- 6 Технологии RSS в создании подкастов.
- 7 Кто такой подкастер? Профессионалы и любители в подкастинге.
- 8 Амплуа подкастеров.
- 9 Подкастер как создатель контента.
- 10 Подкастер как редактор.
- 11 Подкастер как звукорежиссер.

### Тема 3. Возникновение и развитие подкастинга и стриминга в России и мире

- 1 Возникновение подкастинга и стриминга в теоретическом и практическом воплощении.
- 2 Развитие стриминга в мировой индустрии образования и развлечения.
- 3 Подкастинг в мире как результат развития коммерческой идеи.
- 4 Подкастинг за рубежом, его популярность и востребованность.
- 5 Подкастинг в России.
- 6 Российские радиостанции и их подкасты.

### Тема 4. Типология и жанровые разновидности подкастов

- 1 Типология и направления подкастов.
- 2 Подкасты-терминалы.
- 3 PodFM и Castbox.
- 4 Подкасты традиционных СМИ.
- 5 Подкасты-аудиоблогинги.
- 6 Жанровые разновидности подкастов.
- 7 Разговорные подкасты (неформальное повествование).
- 8 Нарративные подкасты.
- 9 Художественные подкасты.
- 10 Образовательные подкасты.
- 11 Технические подкасты.

### Тема 5. Технология создания и воплощения подкаста

- 1 Идея подкаста.
- 2 Выбор целевой аудитории подкаста.
- 3 Выбор площадки для размещения подкаста.
- 4 Выбор периодичности выхода и хронометражного диапазона подкаста.
- 5 Выбор жанра и типа подкаста.
- 6 Технология создания аудиоподкаста.
- 7 Технология создания слайдкаста.
- 8 Технология создания видеоподкаста.
- 9 Технология создания слайдкаста.

## 4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

### Типовые вопросы зачета (ПК-2)

1. Современные цифровые продукты.
2. Разновидность онлайн-медиапроектов и параметры, влияющие на медиапроект.

3. Авторские медиапроекты как часть медиапроектов в интернете.
4. Способы планирования и достижения результата.
5. Оценка успешности медиапроекта.
6. Аналитика поведения пользователей медиапроекта.

### **Типовые задания для зачета (ПК-2)**

1. Проведение отбора под руководством преподавателя наиболее эффективных и значимых проектов в области медиа, ориентируясь на западный и отечественный медиарынки. Критериями отбора проектов/являются: специфические характеристики, отстраивающие данный проект от подобных; степень успеха проекта; степень удовлетворения потребностей аудитории; профессионализм команды проекта.
2. Разработка самостоятельных авторских медиапроектов на основе проанализированных тематических и проблемных направлений современного медиaprостранства (отечественного и зарубежного).
3. Составление медиаплана для продвижения проекта, в том числе с помощью SMM- и SEO-инструментария.
4. Подготовка программы продвижения медиапроекта. Программа учитывает все особенности продвижения медиапроекта, основывается на личных наблюдениях и результатах анализа автора современного медиапроекта.

#### **4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации**

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ПК-2	Способен участвовать в процессе планирования разработки концепции медиапроекта
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ПК-2	Не способен участвовать в процессе планирования разработки концепции медиапроекта

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

#### **5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:**

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.

#### **5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине**

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;

- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

### 5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

### 5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;

- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы:
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1 Основная литература:**

1. Ищенко А. А. Продвижение брендов в веб-пространстве на основе интернет-комьюнити : студенческая научная работа. - Ставрополь: б.и., 2020. - 108 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577884>
2. Шпаковский В. О., Егорова Е. С. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие. - Москва|Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. - 453 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884>

### **6.2 Дополнительная литература:**

1. Демешин Л. В. Создание и продвижение интернет-магазина в поисковых системах : монография. - Москва: Лаборатория книги, 2011. - 114 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142460>
2. Ермолова Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ : практическое пособие. - 2-е изд., испр. и доп.. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 401 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279818>
3. Смирнов Д. Продвижение веб-сайта : практическое пособие. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 66 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97039>

### **6.3 Иные источники:**

1. Электронная гуманитарная библиотека - <http://www.gumfak.ru/>
2. Сайт Тамбовского государственного университета <http://tsutmb.ru> - <http://tsutmb.ru>
3. [elibrary.tsutmb.ru](https://elibrary.tsutmb.ru/) - <https://elibrary.tsutmb.ru/>

## **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:

Операционная система Microsoft Windows 10

Операционная система "Альт Образование"

Yandex браузер

Total Commander

Office 2007, 2010

Opera

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Web of Science: политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных . – URL: <https://apps.webofknowledge.com>
2. Springer Open (ресурсы Springer открытого доступа): база данных. – URL: <https://www.springeropen.com>
3. Scopus: база данных . – URL: <https://www.scopus.com>

### **Электронная информационно-образовательная среда**

[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.