




Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСОВЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель освоения дисциплины:** изучить технологии управления информационным контентом: от создания коммуникативной стратегии, постановки целей и задач, определения целевой аудитории, до каналов передачи и продвижения этого контента и анализа результатов

### **Задачи освоения дисциплины:**

- изучить технологии контент-менеджмента; инструменты продвижения контента, управления информацией из различных источников
- изучить особенности восприятия контента потребителями, привлечения аудитории для различных видов контента, методы анализа информационных потребностей посетителей сайта
- сформировать представление об организации и осуществлении работ по созданию и редактированию контента.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП:

### Очная форма


Дисциплина «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов» относится к вариативной части учебного плана бакалавров. Изучается в 7 семестре.

**Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:** К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (предшествующие дисциплины «Введение в теорию и практику рекламы», «Введение в теорию и практику связей с общественностью»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов (предшествующая дисциплины «Теория и практика массовой информации», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях»), а также социальные, правовые, этические и психологические аспекты его функционирования (предшествующие дисциплины «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Работа с рекламными и PR-текстами», «Инфографика и визуализация коммуникационного продукта», «Основы интегрированных коммуникаций», «Внутрифирменные коммуникации», «Коммуникационный менеджмент», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях», «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Управление общественным мнением», «Коммуникации в политических процессах и институтах», «Современная пресс- служба», «Планирование антикризисных коммуникаций»). Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях», производственная практика.

Данную учебную дисциплину дополняет параллельное освоение следующей дисциплины: PR в сфере культуры. Цифровой маркетинг Организация рекламных и PR-мероприятий, преддипломная практика, ГИА

### Заочная форма

Дисциплина «Управление информацией (контентом) Интернет-ресурсов» относится к вариативной части учебного плана бакалавров. Изучается в 9 семестре.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		


**Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента, необходимым для ее изучения:** К началу её изучения в качестве входных студенты должны иметь знания, позволяющие им понимать основные аспекты функционирования современного общества (предшествующие дисциплины «Введение в теорию и практику рекламы», «Введение в теорию и практику связей с общественностью»). Этот ряд компетенций позволяет студентам понимать суть информационно-коммуникационных процессов (предшествующая дисциплины «Теория и практика массовой информации», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях»), а также социальные, правовые, этические и психологические аспекты его функционирования (предшествующие дисциплины «Работа с клиентами в рекламе и связях с общественностью», «Работа с рекламными и PR-текстами», «Современная пресс-служба», «Планирование антикризисных коммуникаций», «Инфографика и визуализация коммуникационного продукта», «Основы интегрированных коммуникаций», производственная практика.

Данную учебную дисциплину дополняет параллельное освоение следующей дисциплины: «PR в сфере культуры». Цифровой маркетинг Организация рекламных и PR-мероприятий, «Реклама и связи с общественностью в государственных учреждениях» «Консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Управление общественным мнением», «Коммуникации в политических процессах и институтах», «Связи с общественностью и реклама в некоммерческих организациях» «Внутрифирменные коммуникации», «Коммуникационный менеджмент», преддипломная практика, ГИА

### **3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ:**

Перечень формируемых компетенций в процессе освоения материала по дисциплине в соответствии с ФГОС ВО:

Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
ПК1 Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	<p><b>Знать:</b> технологию создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации</p> <p><b>Уметь:</b> проводить мероприятия по повышению и продвижению медиа- имиджа организации, ее руководителя, оценивать эффективность связей с общественностью в данном процессе</p> <p><b>Владеть:</b> основными методами конструирования имиджа организации и ее руководителя в сети Интернет</p>

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		
ПК4 Способен организовывать и осуществлять работу по созданию и редактирования контента	<p><b>Знать:</b> технологиях контент-менеджмента и контент-маркетинга, аудита сайта и мониторинга социальных сетей</p> <p><b>Уметь:</b> организовать работы по наполнению сайта текстовым и графическим контентом, собирать информацию из разных источников, систематизировать и излагать ее, писать, обрабатывать и перерабатывать тексты в различных стилях, создавать уникальный и разнообразный контент (текст, фото, видео)</p> <p><b>Владеть:</b> навыками разработке и создания качественного информационного контента, технологиями аудита сайта, анализа информационных потребностей посетителей сата.</p>	

#### 4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ


Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) 2

по видам учебной работы (в часах) 72 часа

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения _очная )			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		7	4	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	36	36		
Аудиторные занятия:	36	36		
Лекции				
семинарские и практические занятия	36	36		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	36	36		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические работы		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет	Зачет		
Всего часов по дисциплине	72	72		

\* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения _заочная )			
	Всего по плану	В т.ч. по семестрам		
		9	4	5
1	2	3	4	5
Контактная работа обучающихся с преподавателем	8	8		
Аудиторные занятия:	8	8		
Лекции				

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет		Форма		
Ф-Рабочая программа по дисциплине				
семинарские и практические занятия	8	8		
лабораторные работы (лабораторный практикум)				
Самостоятельная работа	60	60		
Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы		Практические работы		
Курсовая работа				
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	Зачет	Зачет (4)		
Всего часов по дисциплине	72	72		

\* В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указывается количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения


**Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:**

Форма обучения \_\_\_\_\_ очная \_\_\_\_\_

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний	
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа		
		Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы				
1	2	3	4	5	6	7		
Тема 1. Концепция современного контент-маркетинга	24		12			12	12	Опрос выполненные практических заданий,
Тема 2. Стратегии распространения и продвижение контента	24		12			12	12	Опрос выполненные практических заданий,
Тема 3. Технологии контент-менеджмента	24		12			12	12	Опрос выполненные практических заданий, защита проекта
Итого	72		36			36	36	

Форма обучения \_\_\_\_\_ заочная \_\_\_\_\_

		Виды учебных занятий			Форма текущего
		Аудиторные занятия		Заня	

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет				Форма			
Ф-Рабочая программа по дисциплине							
Название разделов и тем	Всего	Лекции	Практические занятия, семинары	Лабораторные работы, практикумы	тия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	контроля знаний
1	2	3	4	5	6	7	
Тема 1. Концепция современного контент-маркетинга	4		2			20	Опрос выполненные практических заданий,
Тема 2. Стратегии распространения и продвижение контента	8		2			20	Опрос выполненные практических заданий,
Тема 3. Технологии контент-менеджмента	8		4			20	Опрос выполненные практических заданий, защита проекта
Итого	72*		8		8	60	

\*68+4 (зачет)=72

## 5. СОДЕРЖАНИЕ КУРСА

Лекционные занятия не предусмотрено по учебному плану.

## 6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

**Тема 1. Концепция современного контент-маркетинга** (форма проведения – практическое занятие)

Вопросы:

- Введение в контент-маркетинг: задача контент-стратегии.
- Анализ целевой аудитории и конкурентов.
- Типы контента: затраты и вовлеченность.


Темы практических занятий:

- Текстовый контент.
- Графический контент. Фотохостинг. Программы и сервисы для обработки графических изображений.
- Инфографика
- Вебинары, книги и исследования как особый вид контента.
- Видеоконтент

Задание: анализ контента информационных ресурсов (по выбору). Подготовить рекомендации по контенту данного сайта

Вопросы для самостоятельного изучения:

- Введение в контент-маркетинг: задача контент-стратегии.
- Анализ целевой аудитории и конкурентов.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

- Типы контента: затраты и вовлеченность.
- Текстовый контент.
- Графический контент. Фотохостинг. Программы и сервисы для обработки графических изображений.
- Инфографика
- Вебинары, книги и исследования как особый вид контента.
- Видеоконтент

Домашнее практическое задание: анализ информационных потребностей посетителей социальной сети. Характеристика аудитории. Анализ замечаний, предложений и пр. Анализ статистики. Оценка эффективности работы ресурса на основе имеющихся данных. Работа сдается в письменном виде.

## **Тема 2. Стратегии распространения и продвижение контента (форма проведения – практическое занятие)**

### Вопросы – темы практических занятий:


- Распространение контента: направления, стратегии. Социальные сети. Блоги. Мессенджеры. Рассылки. Сайт как СМИ
- Продвижение контента. Поисковая оптимизация.
- Редакционная политика: контент-план, жанры, каналы, рубрики.
- Команда и работа с редакторами
- Работа с репутацией и комьюнити-менеджмент. Управление сообществами. Создание и оформление сообществ
- Создание вирусного контента
- Продвижение контента через социальные сети: ВКонтакте
- Продвижение контента через социальные сети: Facebook
- Продвижение контента через социальные сети: Instagram
- Продвижение контента через мессенджеры: Telegram
- Email-маркетинг.
- SEO-аудит сайта
- Наполнение сайта. Составление семантического ядра. SEO-контент
- Анализ эффективности контент-стратегии

### Вопросы для самостоятельного изучения:

- Распространение контента: направления, стратегии. Социальные сети. Блоги. Мессенджеры. Рассылки. Сайт как СМИ
- Продвижение контента. Поисковая оптимизация.
- Редакционная политика: контент-план, жанры, каналы, рубрики.
- Команда и работа с редакторами
- Работа с репутацией и комьюнити-менеджмент. Управление сообществами. Создание и оформление сообществ
- Создание вирусного контента
- Продвижение контента через социальные сети: ВКонтакте
- Продвижение контента через социальные сети: Facebook
- Продвижение контента через социальные сети: Instagram
- Продвижение контента через мессенджеры: Telegram
- Email-маркетинг.
- SEO-аудит сайта
- Наполнение сайта. Составление семантического ядра. SEO-контент
- Анализ эффективности контент-стратегии

Домашнее задание: Анализ эффективности контент-стратегии (по выбору). Работа сдается



Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

в письменном виде.

Домашнее задание 2. Составить рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок для заданных конкретных ситуаций. Работа сдается в письменном виде.

### **Тема 3. Технологии контент-менеджмента (форма проведения – семинар, практическое занятие)**

#### Вопросы:

- Контент-менеджер, обязанности контент-менеджера
- Веб-райтинг, копирайтинг.
- Жанры веб-журналистики. Пресс-релизы, статьи, комментарии.
- Правила написания текстов для веб-сайтов.
- Программы и сервисы в помощь контент-менеджеру.
- Семантический анализ текста. Нюансы написания продающего текста. Распространенная ошибка копирайтеров.
- Работа с негативом

Задание 1: рерайтинг: переработать полученный текст

Задание 2. Обработка комментариев посетителей, подготовка оперативных ответов.

#### Вопросы для самостоятельного изучения:

- Контент-менеджер, обязанности контент-менеджера
- Веб-райтинг, копирайтинг.
- Жанры веб-журналистики. Пресс-релизы, статьи, комментарии.
- Правила написания текстов для веб-сайтов.
- Программы и сервисы в помощь контент-менеджеру.
- Семантический анализ текста. Нюансы написания продающего текста. Распространенная ошибка копирайтеров.
- Работа с негативом

Домашнее задание: написание информационных материалов для сайта. Написать статью на заданную тематику: написание текста, подбор графических иллюстраций


Домашнее задание: Обработка комментариев посетителей, подготовка оперативных ответов. На примере информационного ресурса (по выбору) проанализировать ситуацию и предложит варианты работы с негативными комментариями. Подготовить соответствующие тексты.

#### - Подготовка итоговой практической работы:

Выполнение практической работы является заключительным этапом изучения курса. Ее цель - содействовать практическому применению теоретических навыков, усвоенных в ходе лекционных и семинарских занятий, выработать необходимые навыки и профессиональные умения. Практическая работа по курсу представляет собой законченную самостоятельную разработку, в которой решаются конкретные практические задачи.

Тема: Разработка структуры и коммуникационной стратегии сайта организации / группы в социальных сетях (по выбору). В работе должны быть отражены следующие структурные элементы: обзор ситуации, цель программы, ее задачи, обзор целевых аудиторий, формулировка стратегии и тактики в области работы, разработка коммуникационных инструментов, их обоснование. Требования к работе: практическая значимость, комплексный системный подход к раскрытию темы, наличие элементов творчества. Работа оформляется в письменном виде. Готовится презентация. В ходе защиты проекта студент должен коротко изложить основные положения и выводы своей работы.



Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

## 7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ (ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ)

Не предусмотрено по учебному плану.

## 8. ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ

Не предусмотрено по учебному плану.


## 9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

№	Формулировка вопроса
1.	Введение в контент-маркетинг: задача контент-стратегии.
2.	Анализ целевой аудитории и конкурентов.
3.	Типы контента: затраты и вовлеченность.
4.	Текстовый контент.
5.	Графический контент. Фотохостинг. Программы и сервисы для обработки графических изображений.
6.	Инфографика
7.	Вебинары, книги и исследования как особый вид контента.
8.	Видеоконтент
9.	Распространение контента: направления, стратегии. Социальные сети. Блоги. Мессенджеры. Рассылки.
10.	Сайт как СМИ
11.	Продвижение контента. Поисковая оптимизация.
12.	Редакционная политика: контент-план, жанры, каналы, рубрики.
13.	Команда и работа с подрядчиками
14.	Работа с репутацией и комьюнити-менеджмент. Управление сообществами. Создание и оформление сообществ
15.	Создание вирусного контента
16.	Продвижение контента через социальные сети: ВКонтакте
17.	Продвижение контента через социальные сети: Facebook
18.	Продвижение контента через социальные сети: Instagram
19.	Продвижение контента через мессенджеры: Telegram
20.	Email-маркетинг.
21.	SEO-аудит сайта
22.	Наполнение сайта. Составление семантического ядра. SEO-контент
23.	Анализ эффективности контент-стратегии
24.	Контент-менеджер, обязанности контент-менеджера
25.	Веб-райтинг, копирайтинг.
26.	Жанры веб-журналистики. Пресс-релизы, статьи, комментарии.
27.	Правила написания текстов для веб-сайтов.
28.	Программы и сервисы в помощь контент-менеджеру.
29.	Семантический анализ текста. Нюансы написания продающего текста. Распространенная ошибка копирайтеров.
30.	Работа с негативом

## 10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

### Общие положения

Самостоятельная работа студентов обычно складывается из нескольких  
Форма А

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

составляющих:


- работа с текстами: учебниками, дополнительной литературой, в том числе материалами Интернета;
- участие в работе семинаров;
- подготовка к зачету и пр.

Очная форма

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы ( <i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i> )	Объем в часах	Форма контроля ( <i>проверка решения задач, реферата и др.</i> )
Тема 1. Концепция современного контент-маркетинга	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	12	Устный опрос, проверка задания,
Тема 2. Стратегии распространения и продвижение контента	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	12	Устный опрос, проверка задания,
Тема 3. Технологии контент-менеджмента	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий Подготовка итоговой работы	12	Устный опрос, проверка задания, защита проекта

Заочная форма

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы ( <i>проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.</i> )	Объем в часах	Форма контроля ( <i>проверка решения задач, реферата и др.</i> )
Тема 1. Концепция современного контент-маркетинга	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	20	Устный опрос, проверка задания,
Тема 2. Стратегии распространения и продвижение контента	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий	20	Устный опрос, проверка задания,
Тема 3. Технологии контент-менеджмента	Подготовка к семинарскому занятию, Выполнение практических заданий Подготовка итоговой работы	20	Устный опрос, проверка задания, защита проекта

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф - Рабочая программа по дисциплине на основании ФГОС ВПО, ФГОС ВО		

## 11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Список рекомендуемой литературы

#### а) основная литература:

1. Луговой, Д. Б. Копирайтинг : учебное пособие / Д. Б. Луговой. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2017. — 131 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/75579.html>
2. Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и интернет-реклама : учебное пособие / Шпаковский В. О., Розенберг Н. В., Егорова Е. С. - Москва : Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с. - ISBN 978-5-9729-0202-6. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972902026.html>

#### б) дополнительная литература:

1. Богданова, М. Школа контента : Создавайте тексты, которые продают / Богданова М. - Москва : Альпина Паблшер, 2019. - 256 с. - ISBN 978-5-9614-1535-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961415353.html>
2. Мальшев, С. Л. Управление электронным контентом / С. Л. Мальшев. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 124 с. — ISBN 978-5-4486-0528-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/79725.html>
3. Назайкин, Н. А. Эффективный рекламный текст в СМИ : монография / Н. А. Назайкин. — Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011. — 480 с. — ISBN 978-5-211-06202-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/13128.html>
4. Кейн, Б. Миллион подписчиков : Как раскрутить ваш аккаунт за 30 дней / Б. Кейн; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблшер, 2020. - 287 с. - ISBN 978-5-9614-3367-8. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961433678.html>
5. Моуат, Дж. Видеомаркетинг. Стратегия, контент, производство / Дж. Моуат; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблшер, 2019. - 402 с. - ISBN 978-5-9614-1567-4. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961415674.html>

#### в) Учебно-методическая литература -


1. Гончарова Н. В. Управление информацией (контентом) интернет-ресурсов : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. В. Гончарова; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана; Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 365 КБ). - Текст : электронный. <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/8162>

Согласовано:

Гл. библиотекарь ООП/Шмакова И.А./  / \_\_\_\_\_ 2021 г





Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф-Рабочая программа по дисциплине		

## 12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской. Аудитории для проведения лекций оборудованы мультимедийным оборудованием для предоставления информации большой аудитории. Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде, электронно-библиотечной системе.

## 13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.



В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей

Разработчик



Доцент Гончарова Н.В.

## ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№ п/п	Содержание изменения или ссылка на прилагаемый текст изменения	ФИО заведующего кафедрой, реализующей дисциплину/выпускающей кафедрой	Подпись	Дата
1	Внесение изменений в п.п. а) Список рекомендованной литературы» п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 1	Магомедов А.К.		14.05.24
2	Внесение изменений в п.п. в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы п. 11 «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» с оформлением приложения 2	Магомедов А.К.		14.05.24

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### а) Список рекомендуемой литературыосновная

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О.Н. Жильцова, О.А. Артемьева, Д.А. Жильцов [и др.] ; О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. - 2-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 335 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/510958> (дата обращения: 10.02.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-15098-8 : 1319.00. / .— ISBN 0\_497245
2. Хуссейн И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие / И. Д. Хуссейн. - Москва : Юрайт, 2024. - 68 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/544594> . - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - ISBN 978-5-534-15010-0 : 289.00. / .— ISBN 0\_521458

### дополнительная

1. Трищенко Дмитрий Александрович. Копирайтинг : учебное пособие для вузов / Д.А. Трищенко, Е.Д. Трищенко ; Д. А. Трищенко, Е. Д. Трищенко. - Москва : Юрайт, 2023. - 124 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/510131> (дата обращения: 10.02.2023). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей. - Электрон. дан. - ISBN 978-5-534-15275-3 : 409.00. / .— ISBN 0\_500073
2. Моуат Дж. Видеомаркетинг. Стратегия, контент, производство : монография / Д. Моуат ; Моуат Дж. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 402 с. - URL: <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961415674.html>. - Режим доступа: ЭБС "Консультант студента"; по подписке. - ISBN 978-5-9614-1567-4. / .— ISBN 0\_263128
3. Климович Николай Георгиевич. Контент: топовые техники SEO-продвижения : Практическое пособие / Н.Г. Климович. - Вологда : Инфра-Инженерия, 2021. - 320 с. - ВО - Бакалавриат. - <http://znanium.com/catalog/document?id=385190>. - <https://znanium.com/cover/1836/1836485.jpg>. - Режим доступа: ЭБС Znanium; по подписке. - ISBN 978-5-9729-0597-3. / .— ISBN 0\_462944

### учебно-методическая

1. Гончарова Н. В. Управление информацией (контентом) интернет-ресурсов : учебно-методические указания для студентов направления подготовки бакалавриата «Реклама и связи с общественностью» / Н. В. Гончарова ; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - 2019. - Загл. с экрана. - Неопубликованный ресурс. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 365 КБ). - Режим доступа: ЭБС УлГУ. - Текст : электронный. / .— ISBN 0\_41641.

Согласовано:

Специалист ведущий

Должность сотрудника научной библиотеки

Шевякова И.Н.

ФИО



подпись

27.05.2024

дата



**1. Электронно-библиотечные системы:**

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2024]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство «ЮРАЙТ». – Москва, [2024]. - URL: <https://urait.ru> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Политехресурс». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. Консультант врача. Электронная медицинская библиотека : база данных : сайт / ООО «Высшая школа организации и управления здравоохранением-Комплексный медицинский консалтинг». – Москва, [2024]. – URL: <https://www.rosmedlib.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. Большая медицинская библиотека : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Букар». – Томск, [2024]. – URL: <https://www.books-up.ru/ru/library/> . – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.6. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС «Лань». – Санкт-Петербург, [2024]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.7. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Знаниум». – Москва, [2024]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей, - Текст : электронный.

**2. КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. / ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2024].

**3. eLIBRARY.RU**: научная электронная библиотека : сайт / ООО «Научная Электронная Библиотека». – Москва, [2024]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

**4. Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»** : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2024]. – URL: <https://nэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

**5. Российское образование** : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО». – URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

**6. Электронная библиотечная система УлГУ** : модуль «Электронная библиотека» АБИС Mega-PRO / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Инженер ведущий



Щуренко Ю.В.

2024

