

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
«ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С  
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

**для студентов направления подготовки  
42.04.01. Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль)  
PR и реклама в системе новых медиа**

Ставрополь, 2026

## ВВЕДЕНИЕ

Дисциплина «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью» включает в себя изучение особенностей реализации работы специалиста по рекламе и СО в коммерческой сфере, а также специфику использования цифровых технологий и Интернет-ресурсов во 2-ом семестре. Курс, представленный в данной программе, охватывает фундаментальные теоретические и практически ориентированные знания.

Работающие в рекламе и PR обязаны знать методику и технологию использования цифровых технологий, необходимых для практической работы. В связи с этим основной целью курса «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью» является рассмотрение производственных процессов в области цифровых технологий, знание которых необходимо специалистам по рекламе.

Образовательные задачи курса:

- познакомить студентов с современной техникой, используемой в медиаотрасли;
- научить студентов использовать Интернет в качестве инструмента в работе специалиста по рекламе и СО;
- познакомить студентов с современными инструментами продвижения в интернете.
- дать знания об особенностях и технологических циклах SMM-продвижения;
- дать представление о SMM и SEO-технологиях;

Воспитательные задачи.

- активизировать инициативу, творческую самореализацию, чувство ответственности студентов в процессе их коллективного творчества;
- воспитывать гражданско-патриотические чувства студентов на примере работ современных рекламистов и архивных материалов;

Курс рассчитан на один семестр и включает лабораторные занятия (21 час). Отчетность: зачет с оценкой во 2-ом семестре.

Требования к результатам освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у студентов следующих компетенций:

**ОПК-1.** Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.

**ИД-1 ОПК-1** Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

**ИД-2 ОПК-1** Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных

жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии - **ОПК-6**.

**ИД-1 ОПК-6** Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.

**ИД-2 ОПК-6** Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

## **ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ**

### **Лабораторное занятие № 1**

**Тема:** Информационные технологии и технические средства автоматизированных систем в условиях современного общества.

**Цель:** Изучить информационные технологии и технические средства автоматизированных систем.

**Формируемая компетенция:** ОПК-1, ОПК-6.

**Актуальность темы:** изучение информационных технологий и технические средства автоматизированных систем позволит студенту получить базовые знания о структуре современных цифровых технологий.

#### **Вопросы и задания:**

##### **Задание.**

- Информация и данные. Информационные процессы и информационные технологии.
- Свойства информационных технологий.
- Средства и методы информационных технологий.
- Этапы развития информационных технологий.

##### **Теоретическая часть:**

По первому вопросу: студент должен иметь представление об информационных данных, информационных процессах и информационных технологиях.

По второму вопросу: должен знать свойства информационных технологий, средства и методы информационных технологий. Этапы развития информационных технологий.

### ***Основная литература:***

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Мелькин, Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н.В. Мелькин, К.С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474>

### ***Дополнительная литература:***

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг / М.В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Кирия, И.В. История и теория медиа / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 424 с. : табл. – (Учебники Высшей школы экономики).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

### ***Методическая литература:***

1. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

2. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

### ***Интернет-ресурсы:***

- <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
- <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
- <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
- <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы.
- <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).

- <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
- <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## **Лабораторное занятие № 2**

**Тема:** Аппаратные возможности в информационных технологиях: вычислительная и телекоммуникационная техника и оргтехника.

**Цель:** Изучить аппаратные возможности современных информационных технологий.

**Формируемая компетенция:** ОПК-1, ОПК-6

**Актуальность темы:** Состав вычислительной системы называется конфигурацией и состоит из аппаратной и программной конфигураций.

### **Вопросы и задания:**

- Аппаратные средства ввода информации.
- Аппаратные средства вывода информации.
- Устройства хранения данных.

### **Теоретическая часть:**

По первому вопросу: студент должен иметь представление о аппаратных средствах ввода информации.

По второму вопросу: студент должен иметь представление о устройствах хранения данных.

По третьему вопросу: студент должен иметь представление о специфике функциональности CRM.

### **Основная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Мелькин, Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н.В. Мелькин, К.С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474>

### **Дополнительная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг / М.В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Кирия, И.В. История и теория медиа / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 424 с. : табл. – (Учебники Высшей школы экономики).; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

**Методическая литература:**

1. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.
2. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

**Интернет-ресурсы:**

- <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
- <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
- <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
- <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы.
- <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
- <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
- <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

### **Лабораторное занятие № 3**

**Тема:** Прикладное программное обеспечение.

**Цель:** изучить основы прикладного программного обеспечения

**Формируемая компетенция:** ОПК-1, ОПК-6

**Актуальность темы:** к прикладному программному обеспечению относятся компьютерные программы, написанные для пользователей или самими пользователями для задания компьютеру конкретной работы.

Вопросы и задания:

- Классификация ПО: по типу, по сфере применения.
- Инструментальное программное обеспечение рекламиста.
- Пакеты прикладных программ.

**Теоретическая часть:**

По первому вопросу: студент должен знать классификацию ПО: по типу, по сфере применения.

По второму вопросу: студент должен иметь представление о инструментальном программном обеспечении рекламиста.

По третьему вопросу: студент должен иметь представление о пакете прикладных программ.

**Основная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Мелькин, Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н.В. Мелькин, К.С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474>

**Дополнительная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг / М.В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Кирия, И.В. История и теория медиа / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 424 с. : табл. – (Учебники Высшей школы экономики).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

**Методическая литература:**

1. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

2. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

**Интернет-ресурсы:**

- <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)

- <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
- <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
- <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
- <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы.
- <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
- <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
- <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

#### **Лабораторное занятие № 4**

**Тема:** Технологии создания профессиональных текстовых документов.

**Цель:** освоить технологии создания профессиональных текстовых документов..

**Формируемая компетенция:** ОПК-1, ОПК-6

**Актуальность темы:** выбор конкретного программного продукта для обработки текста является весьма ответственным моментом, разнообразные системы подготовки текстов позволяют эффективно использовать цифровые технологии специалистам сферы рекламы.

#### **Вопросы и задания:**

- Текстовые редакторы.
- Текстовые процессоры.
- Настольные издательские системы.

#### **Теоретическая часть:**

По первому вопросу: студент должен знать текстовые редакторы по сфере применения.

По второму вопросу: студент должен иметь представление о текстовых процессорах.

По третьему вопросу: студент должен иметь представление о настольных издательских системах.

### ***Основная литература:***

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Мелькин, Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н.В. Мелькин, К.С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474>

### ***Дополнительная литература:***

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг / М.В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Кирия, И.В. История и теория медиа / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 424 с. : табл. – (Учебники Высшей школы экономики).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

### ***Методическая литература:***

1. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

2. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

### ***Интернет-ресурсы:***

- <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
- <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
- <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
- <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы.
- <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).

- <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
- <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## **Лабораторное занятие № 5**

**Тема:** Поиск информации в электронных каталогах.

**Цель:** изучить основные способы поиска информации в электронных каталогах.

**Формируемая компетенция:** ОПК-1, ОПК-6

**Актуальность темы:** поисковые системы объединяет то, что они расположены на специально-выделенных мощных серверах и привязаны к эффективным каналам связи.

### **Вопросы и задания:**

#### **Задание 1.**

- Электронный каталог, его виды.
- Поисковые роботы и специализированные справочные службы.
- Контекстный поиск в сети Интернет.
- Стратегия поиска информации в электронных каталогах.
- Виды поиска.

### **Теоретическая часть:**

По первому вопросу: студент должен знать электронный каталог, его виды, выполнять поисковые роботы и специализированные справочные службы

По второму вопросу: студент должен иметь представление о контекстном поиске в сети Интернет.

По третьему вопросу: студент должен знать стратегии поиска информации в электронных каталогах, виды поиска.

### **Основная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Мелькин, Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н.В. Мелькин, К.С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474>

### **Дополнительная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг / М.В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>
2. Кирия, И.В. История и теория медиа / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 424 с. : табл. – (Учебники Высшей школы экономики).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

**Методическая литература:**

1. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.
2. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

**Интернет-ресурсы:**

- <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
- <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
- <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
- <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы.
- <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
- <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
- <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

**Тема:** Электронная почта. Правила работы с почтовыми клиентами и почтовыми интернет-порталами.

**Цель:** освоить приемы работы с почтовыми клиентами и почтовыми интернет-порталами.

**Формируемая компетенция:** ОПК-1, ОПК-6

**Актуальность темы:** Электронная почта по составу элементов и принципу работы практически повторяет систему обычной (бумажной) почты, заимствуя как термины (почта, письмо, конверт, вложение, ящик, доставка и другие), так и характерные особенности — простоту использования, задержки передачи сообщений, достаточную надёжность и в то же время отсутствие гарантии доставки.

### **Вопросы и задания:**

#### **Задание 1.**

- Электронная почта и системы для обмена электронными сообщениями.
- Электронное письмо.
- Шифрование почты.
- Почтовые рассылки.
- Спам и его виды.
- Почтовые клиенты TheBat! и MicrosoftOutlook.
- Почтовые интернет-порталы Mail.ru, Yandex-почта, Gmail.
- Работа с почтовыми клиентами и почтовыми интернет-порталами.

#### **Теоретическая часть:**

По первому вопросу: студент должен знать электронную почту и системы для обмена электронными сообщениями.

По второму вопросу: студент должен иметь представление о почтовых интернет-порталах Mail.ru, Yandex-почта, Gmail.

По третьему вопросу: студент должен уметь работать с почтовыми клиентами и почтовыми интернет-порталами.

#### **Основная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Мелькин, Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н.В. Мелькин, К.С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474>

#### **Дополнительная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг / М.В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Кирия, И.В. История и теория медиа / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 424 с. : табл. – (Учебники Высшей школы экономики).; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

**Методическая литература:**

1. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.
2. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

**Интернет-ресурсы:**

- <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
- <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
- <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
- <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы.
- <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
- <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
- <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

**Лабораторное занятие № 7**

**Тема:** Базы данных.

**Цель:** освоить приемы работы с базами данных MS Excel и MS Access.

**Формируемая компетенция:** ОПК-1, ОПК-6

**Актуальность темы:** MS Excel - это приложение MicrosoftOffice, предназначенное для работы с электронными таблицами, которое позволяет хранить, организовывать и анализировать информацию. MS Access —

реляционная система управления базами данных корпорации (СУБД) Microsoft. Имеет широкий спектр функций, включая связанные запросы, сортировку по разным полям, связь с внешними таблицами и базами данных. Благодаря встроенному языку VBA, в самом Access можно писать приложения, работающие с базами данных.

### **Вопросы и задания:**

#### **Задание 1.**

- Понятие и виды баз данных.
- Базы данных в Excel.
- Знакомство с интерфейсом.
- Рабочее поле программы.
- Редактирование ячеек.
- Автоматический ввод значений.
- Форматирование.
- Построение диаграмм.
- Ввод формул в ячейки.
- Часто используемые функции.

#### **Задание 2.**

- Инструменты для работы с MS Access.
- Создание базы данных.
- Создание и редактирование таблиц.
- Таблицы и связи между ними.
- Запросы в MS Access.
- Создание и редактирование форм отчетов.

### **Теоретическая часть:**

По первому заданию: студент должен знать понятия и виды баз данных, базы данных в Excel, быть знакомым с интерфейсом и рабочем полем программы. Уметь редактировать ячейки. Знать автоматический ввод значений, форматирование, построение диаграмм.

По второму заданию: студент должен иметь представление об инструментах для работы с MS Access.

### **Основная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>
2. Мелькин, Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н.В. Мелькин, К.С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474>

### **Дополнительная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг / М.В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Кирия, И.В. История и теория медиа / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 424 с. : табл. – (Учебники Высшей школы экономики).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

#### **Методическая литература:**

1. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

2. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

#### **Интернет-ресурсы:**

- <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
- <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
- <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
- <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы.
- <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
- <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
- <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

### **Лабораторное занятие № 8**

**Тема:** Создание WEB-страницы.

**Цель:** изучить основы html.

**Формируемая компетенция:** ОПК-1, ОПК-6

**Актуальность темы:** HTML (HyperTextMarkupLanguage, язык разметки гипертекста) задаёт структуру содержимого и его смысл, определяя такой контент как, к примеру, заголовки, абзацы или изображения. CSS (CascadingStyleSheets) или каскадные таблицы стилей — это язык презентаций созданный для оформления внешнего вида контента, использующий, например, шрифты или цвета..

### **Вопросы и задания:**

#### **Задание 1.**

- Основные термины HTML.
- Настройка структуры документа HTML.
- Самозакрывающиеся элементы.
- Валидация кода.
- Основные термины CSS.
- Работа с селекторами.
- Подключение CSS.

### **Теоретическая часть:**

По первому заданию: студент должен знать основные термины HTML, самозакрывающиеся элементы, основные термины CSS.

По второму вопросу: студент должен иметь представление о работе с селекторами и подключением CSS.

### **Основная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>
2. Мелькин, Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н.В. Мелькин, К.С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474>

### **Дополнительная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг / М.В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>
2. Кирия, И.В. История и теория медиа / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 424 с. : табл. – (Учебники Высшей школы экономики).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

### **Методическая литература:**

1. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

2. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

***Интернет-ресурсы:***

- <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
- <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
- <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
- <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы.
- <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
- <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
- <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## **Лабораторное занятие № 9**

**Тема:** Факторы ранжирования интернет-сайтов.

**Цель:** формирование представлений об основных факторах ранжирования интернет-сайтов и настройки веб-проектов разных типов с учетом эффективного подхода к поисковому продвижению.

**Формируемая компетенция:** ОПК-1, ОПК-6

**Актуальность темы:** тема заключается в необходимости получения знаний о комплексе мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей с целью

продвижения сайта. Поисковая оптимизация зародилась вместе с появлением популярных поисковых систем Яндекс, Рамблер и Google и развивалась по мере совершенствования их алгоритмов.

### **Вопросы и задания:**

#### **Задание 1.**

- Оценка сайта и разработка стратегии продвижения
- Оптимизация страниц, написание текстов, исправление технических ошибок – согласно выбранной стратегии.
- Факторы ранжирования интернет-сайтов.

### **Теоретическая часть:**

По первому заданию: студент должен уметь оценивать сайт и разрабатывать стратегии продвижения.

По второму вопросу: студент должен иметь представление о оптимизации страниц, написанию текстов, исправлению технических ошибок – согласно выбранной стратегии.

### **Основная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>
2. Мелькин, Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н.В. Мелькин, К.С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474>

### **Дополнительная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг / М.В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>
2. Кирия, И.В. История и теория медиа / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 424 с. : табл. – (Учебники Высшей школы экономики).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

### **Методическая литература:**

1. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.
2. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

### **Интернет-ресурсы:**

- <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
- <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
- <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
- <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы.
- <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
- <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
- <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## **Лабораторное занятие № 10**

**Тема:** SMM и SEO-технологии как функциональные инструменты интернет-маркетинга.

**Цель:** формирование представлений о наиболее распространенные услугах интернет-маркетинга в бизнесе, дать понятие поисковой оптимизации сайтов (SEO) и методы её использования, характеристикам внешних и внутренних факторов положения сайта в поисковой системе.

**Формируемая компетенция: ОПК-1, ОПК-6**

**Актуальность темы:** сегодня все большую популярность приобретает интернет-маркетинг. Причиной этого стало развитие сети Интернет и расширение доступа к нему. Основным преимуществом считается: мультимедийность, интерактивность, возможность получения информации о любом товаре, возможность покупки товара, не выходя из дома и т.д. Использование SEO в современном интернет-маркетинге является одним из наиболее важных инструментов.

**Вопросы и задания:**

**Задание 1.**

- Характеристика основных сервисов Интернета. Коммерческие участники сети.
- Основы SEO и его использование.
- Особенности SMM-технологий.

#### **Теоретическая часть:**

По первому заданию: студент должен иметь представление о характеристике основных сервисов Интернета. Коммерческих участников сети.

По второму вопросу: студент должен знать основы SEO и его использование, а так же особенности SMM-технологий.

#### **Основная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Мелькин, Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н.В. Мелькин, К.С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474>

#### **Дополнительная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг / М.В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Кирия, И.В. История и теория медиа / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 424 с. : табл. – (Учебники Высшей школы экономики).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

#### **Методическая литература:**

1. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

2. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

#### **Интернет-ресурсы:**

- <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)

- 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
- <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
- <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
- <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы.
- <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
- <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
- <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## **Лабораторное занятие № 11**

**Тема:** SEO-продвижение.

**Цель:** познакомить слушателей с основными видами интернет-рекламы, способах продвижения своего сайта, особенностями текстов интернет-рекламы, SEO-оптимизацией и самыми современными сервисами, которые могут выделить бизнес.

**Формируемая компетенция:** ОПК-1, ОПК-6

**Актуальность темы:** SEO-оптимизация сайта является необходимым инструментом продвижения компании, знания о самых современных сервисах.

**Вопросы и задания:**

**Задание 1.**

- Основы SEO-продвижения.
- Принципы и особенности внедрения в современных реалиях работы поисковых интернет-систем.

**Теоретическая часть:**

По первому заданию: студент должен знать основы SEO-продвижения.

По второму вопросу: студент должен знать принципы и особенности внедрения в современных реалиях работы поисковых интернет-систем.

**Основная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Мелькин, Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н.В. Мелькин, К.С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с.; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474>

***Дополнительная литература:***

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг / М.В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров).; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Кирия, И.В. История и теория медиа / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 424 с. : табл. – (Учебники Высшей школы экономики).; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

***Методическая литература:***

1. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

2. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

***Интернет-ресурсы:***

- <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
- <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
- <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
- <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы.
- <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
- <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
- <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## Лабораторное занятие № 12

**Тема:** Управление репутацией в социальных сетях.

**Цель:** научиться управлять репутацией и формировать личный бренд при помощи SMM-технологий.

**Формируемая компетенция:** ОПК-1, ОПК-6

**Актуальность темы:** умение управлять репутацией компанией и формировать личный бренд при помощи SMM-технологий.

### Вопросы и задания:

#### Задание 1.

- Методы улучшения имиджа бренда при помощи SMM-технологий.
- Работа с лидерами мнений для улучшения узнаваемости бренда.
- Основные принципы брендинга сообществ в социальных сетях.
- Стратегия интегрирования официального сайта бренда с социальными сетями.
- Методы адаптации контента корпоративного сайта для создания корпоративных блогов.
- Принципы написания текстов для корпоративных блогов.

#### Теоретическая часть:

По первому заданию: студент должен знать методы улучшения имиджа бренда при помощи SMM-технологий, стратегии интегрирования официального сайта бренда с социальными сетями

По второму вопросу: студент должен знать основные принципы брендинга сообществ в социальных сетях, методы адаптации контента корпоративного сайта для создания корпоративных блогов, принципы написания текстов для корпоративных блогов

#### Основная литература:

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>
2. Мелькин, Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н.В. Мелькин, К.С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474>

#### Дополнительная литература:

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг / М.В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Кирия, И.В. История и теория медиа / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 424 с. : табл. – (Учебники Высшей школы экономики).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

**Методическая литература:**

1. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.
2. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

**Интернет-ресурсы:**

- <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
- <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
- <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
- <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы.
- <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
- <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
- <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

### **Лабораторное занятие № 13**

**Тема:** Антивирусное программное обеспечение.

**Цель:** овладение навыками использования антивирусного программного обеспечения.

**Формируемая компетенция:** ОПК-1, ОПК-6

**Актуальность темы:** Антивирусная программа — специализированная программа для обнаружения компьютерных вирусов, а также нежелательных (считающихся вредоносными) программ вообще и восстановления заражённых (модифицированных) такими программами файлов, а также для профилактики — предотвращения заражения (модификации) файлов или операционной системы вредоносным кодом.

### **Вопросы и задания:**

#### **Задание 1.**

- Компьютерные вирусы.
- Опасность и способы заражения компьютерными вирусами.
- Методы противодействия заражению компьютерными вирусами.
- Классификация антивирусных продуктов.
- Типы антивирусных программ.
- Современные антивирусные программы.

### **Теоретическая часть:**

По первому заданию: студент должен знать методы противодействия заражению компьютерными вирусами.

По второму вопросу: студент должен знать основные классификации антивирусных продуктов, типы антивирусных программ, современные антивирусные программы.

### **Основная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Мелькин, Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н.В. Мелькин, К.С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474>

### **Дополнительная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг / М.В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Кирия, И.В. История и теория медиа / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 424 с. : табл. – (Учебники Высшей школы экономики).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

### **Методическая литература:**

1. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

2. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

**Интернет-ресурсы:**

- <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
- <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
- <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
- <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы.  
<http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
- <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
- <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

## **Лабораторное занятие № 14**

**Тема:** Основы защиты информации.

**Цель:** изучение основных методов защиты информации в сети Интернет.

**Формируемая компетенция:** ОПК-1, ОПК-6

**Актуальность темы:** Сегодня одной из самых актуальных проблем в сфере информационно-вычислительных систем является защита информации в интернете. Действительно, мало кто мыслит свою жизнь без электронной глобальной сети. Люди ведут различные финансовые операции в интернете, заказывают товары, услуги, пользуются кредитными карточками, проводят платежи, разговаривают и переписываются, совершают много других действий, требующих обеспечения конфиденциальности и защиты..

**Вопросы и задания:**

### **Задание 1.**

- Принципы защиты информации.
- Криптография.
- Электронная цифровая подпись.
- Аутентификация.
- Брандмауэр и фильтрация интернет-трафика.

### **Теоретическая часть:**

По первому заданию: студент должен знать методы противодействия заражению компьютерными вирусами, принципы защиты информации.

По второму вопросу: студент должен знать основные классификации брандмауэр и фильтрация интернет-трафика антивирусных продуктов, типы антивирусных программ, современные антивирусные программы.

### **Основная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Мамчев, Г.В. Цифровое телевизионное вещание : учебное пособие / Г.В. Мамчев ; Федеральное агентство связи, Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего профессионального образования «Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики». - 2-е изд., перераб.

### **Дополнительная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг / М.В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Кирия, И.В. История и теория медиа / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 424 с. : табл. – (Учебники Высшей школы экономики).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

### **Методическая литература:**

1. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

2. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

### **Интернет-ресурсы:**

- <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)

- <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
- 8. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
- <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
- <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
- <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы.
- <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
- <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
- <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
- <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**Методические указания**

для обучающихся по организации и проведению самостоятельной работы  
по дисциплине

**«ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

для студентов направления подготовки  
42.04.01. Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль)  
PR и реклама в системе новых медиа

## 1. Введение

Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по магистерским программе «PR и реклама в системе новых медиа».

Цель методических указаний – освоение основ функционирования современных цифровых технологий в рекламе и связях с общественностью. Основная задача – дать толкования основных понятий учебной дисциплины и сформировать навыки работы с информацией.

Для овладения знаниями предусмотрены такие виды работы, как: чтение текста, составление плана текста, конспектирование текста, учебно-исследовательская работа, использование ресурсов сети Интернет.

Для закрепления и систематизации знаний рекомендуется работа с конспектом лекции, повторная работа над учебным материалом основной и дополнительной литературы, составление плана и тезисов ответа, ответы на контрольные вопросы и аналитическая обработка текста, составление презентаций.

Для формирования умений выполнение различного вида работы, предусмотренной рабочей программой дисциплины.

## 2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью» понимается как планируемая учебная работа, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа направлена на формирование следующих компетенций:

**ОПК-1.** Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.

**ИД-1 ОПК-1** Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

**ИД-2 ОПК-1** Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных

жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии - **ОПК-6**.

**ИД-1 ОПК-6** Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.

**ИД-2 ОПК-6** Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

На первом этапе необходимо ознакомиться с рабочей программой дисциплины, в которой рассмотрено содержание тем дисциплины лекционного курса, взаимосвязь тем лекций с самостоятельными работами, темы и виды самостоятельной работы.

Цель самостоятельной работы студентов в процессе изучения литературы по предложенным темам: научить работать с учебным материалом по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью». Задачи самостоятельной работы: систематизация и сопоставление полученных знаний; развитие познавательной деятельности.

Цель самостоятельной работы студентов в процессе составления презентаций к предложенным темам - сформировать умения выполнять различные виды работы. Задача - сформировать и развить навыки ведения самостоятельной работы и овладения методикой составления презентаций при получении теоретических знаний.

Таким образом, самостоятельная работа приобщает к научному и исследовательскому творчеству, поиску и анализу требуемого материала.

### **3. План-график выполнения самостоятельной работы**

| Код реализуемой компетенции | Вид деятельности студентов                                                     | Итоговый продукт самостоятельной работы                      | Средства и технологии оценки*                  | Объем часов |
|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-------------|
| ОПК-6                       | Самостоятельное изучение научной литературы, выполнение индивидуальных заданий | Работа в рамках лабораторных занятий, индивидуальное задание | Устный опрос, проверка индивидуального задания | 116         |
| <b>Итого за 2 семестр</b>   |                                                                                |                                                              |                                                | <b>116</b>  |
| <b>Итого</b>                |                                                                                |                                                              |                                                | <b>116</b>  |

Для выполнения самостоятельной работы необходимо пользоваться литературой, которая предложена в списке рекомендуемой литературы, Интернет-ресурсами или другими источниками по усмотрению студента.

При изучении дисциплины предусматриваются следующие формы самостоятельной работы студента: конспектирование текста с последующим собеседованием и выполнение письменного задания.

#### **4. Критерии оценки самостоятельной работы обучающегося**

Контроль самостоятельной работы проводится преподавателем в аудитории. Предусмотрены следующие виды контроля: собеседование, оценка презентации. Подробные критерии оценивания компетенций приведены в Фонде оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации.

#### **5. Методические рекомендации по изучению теоретического материала**

Целью теоретической части является закрепление и углубление теоретических знаний, полученных слушателем в процессе прослушивания лекций, самостоятельного изучения материала согласно рабочей программе курса «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью». Чтение основной и дополнительной литературы по курсу с конспектированием по разделам.

Самостоятельная работа при чтении учебной литературы начинается с изучения конспекта материала, полученного при слушании лекций преподавателя. Полученную информацию необходимо осмыслить. При необходимости, в конспект лекций могут быть внесены схемы, другая дополнительная информация. При изучении нового материала также составляется конспект. Сжато излагается самое существенное в данном материале.

Работа с электронными ресурсами в сети Интернет.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студент должен уметь работать в поисковой системе сети Интернет и использовать найденную информацию при подготовке к занятиям. Поиск информации можно вести по автору, заглавию, виду издания, году издания или издательству. Также в сети Интернет доступна услуга по скачиванию методических указаний и учебных пособий, подбору необходимой научной литературы.

Конспектирование и реферирование первоисточника и научно-исследовательской литературы.

Конспект представляет собой дословные выписки из текста источника. При этом необходимо понимать, что конспект – это не полное переписывание чужого текста. Необходимо знать, что при написании конспекта сначала прочитывается текст – источник, в нём выделяются основные положения, подбираются примеры, идёт перекомпоновка материала, а уже затем оформляется текст конспекта. Конспект может быть полным, когда работа идёт со всем текстом источника или неполным, когда

интерес представляет какой-либо один или несколько вопросов, затронутых в источнике.

Реферирование — это сложный творческий процесс, в основе которого лежит умение выделить главную информацию из текста первоисточника. Реферирование — процесс аналитически-синтетического обработки информации, которая заключается в анализе первичного документа, нахождении значимых в смысловом отношении данных (основных положений, фактов, доведите день, результатов, выводов) Реферирование имеет целью сократить физический объем первичного документа при сохранении его основного смыслового содержания, используется в научной, издательской, информационной и библиографической деятельности.

## **6. Методические указания (по видам работ, предусмотренных рабочей программой дисциплины)**

Виды самостоятельной работы: подготовка к лабораторным занятиям, подготовка к собеседованию, работа с литературными источниками и вопросами для самопроверки, подготовка к экзамену.

Формы самостоятельной работы: - письменная (конспектирование), письменно-устная (написание конспектов с последующим выступлением на семинаре); устная (работа с литературой, подготовка к сдаче экзамена); - индивидуальная (выступление), групповая (дискуссия). Методы контроля самостоятельной работы преподавателем: - оценка выступления, грамотное и последовательное раскрытие основных вопросов заданной темы; - оценка презентации, учитывающая умение выразить личную позицию автора по поставленной проблеме, излагать ее последовательно и логично, формулировать и обосновывать собственные суждения. Надлежащее выполнение студентами заданий для самостоятельной работы способствует формированию и развитию профессионально значимых знаний, навыков и компетенций

Вопросы к собеседованию приведены в Фонде оценочных средств рабочей программы дисциплины.

## **7. Список литературы, использованной при составлении методических рекомендаций**

### ***Основная литература:***

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг : учебник / М.В. Акулич. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 352 с. : табл. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02474-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>

2. Мелькин, Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н.В. Мелькин, К.С. Горяев. — Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. — 269 с.; То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474>

**Дополнительная литература:**

1. Акулич, М.В. Интернет-маркетинг / М.В. Акулич. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 352 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453407>
2. Кирия, И.В. История и теория медиа / И.В. Кирия, А.А. Новикова. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 424 с. : табл. – (Учебники Высшей школы экономики).; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753>

**Методическая литература:**

1. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению практических работ по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.
2. Пикалов, Д.В. Методические указания по выполнению самостоятельной работы по дисциплине «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью»; СКФУ, Ставрополь. – 2019.

**Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.adme.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
2. <http://www.advertology.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
3. <http://www.Brandsinfo> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
4. <http://www.intv.ru> - интернет-ресурс (архив рекламы, научно-популярные статьи о рекламе)
1. <http://www.sostav.ru> Информационный ресурс «Состав.Ру»: реклама, маркетинг, PR /
5. <http://www.sostav.ru>. – Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR.
6. <http://www.StoryBrand.ru>. – Сайт об истории создания мировых марок, брендов, компаний, фирм, организаций.
7. <http://www.telead.ru>. – Архив телевизионной рекламы. <http://www.tvigle.ru>. – Архив видеоматериалов (фильмы, видеоролики, телевизионная реклама и др).
8. <http://e.lanbook.com/> – издательство «Лань», электронно-библиотечная система.
9. <http://www.biblioclub.ru/> – электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн».
10. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> – научная электронная библиотека eLIBRARY.RU