

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ, СПОРТА И МОЛОДЕЖИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**
**ГОУК ЛНР «ЛУГАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ
КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВ ИМЕНИ М. МАТУСОВСКОГО»**

Кафедра рекламы и PR-технологий

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 И.А.Федоричева

29.08. 2019 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
SEO-ТЕХНОЛОГИИ**

Уровень основной образовательной программы – магистратура
Направление подготовки – 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Статус дисциплины – вариативная
Учебный план 2018 года

Описание учебной дисциплины по формам обучения

Курс	Семестр	Очная							Заочная									
		Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ.(семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час..	Контрольная работа	Форма контроля	Курс	Семестр	Всего час. / зач. единиц	Всего аудиторных час.	Лекции, часов	Практ.(семинарские) занятия, час.	Самост. работа, час..	Контрольная работа	Форма контроля	
1	1	108/3	51	-	51	57	-	Зачет (1)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Всего		108/3	51	-	51	57	-	Зачет (1)	Всего	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Рабочая программа составлена на основании учебного плана с учетом требований ООП и ГОС ВО.

Программу разработал  Е.А. Замозжных, канд. полит.наук, доцент кафедры рекламы и PR-технологий

Рассмотрено на заседании кафедры рекламы и PR-технологий (ГОУК ЛНР «ЛПАКИ им. М. Матусовского»)

Протокол № 1 от 28.08 2019 г. Зав. кафедрой  Е.А. Лобовикова

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Дисциплина «SEO-технологии» является вариативной частью дисциплин ООП ГОС ВО (уровень магистратуры) и адресована студентам 1 курса (I семестр) направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью ГОУК ЛНР «Луганская государственная академия культуры и искусств имени М.Матусовского». Дисциплина реализуется кафедрой рекламы и PR-технологий.

Предметом изучения учебной дисциплины являются современные SEO и SMM-технологии, возможности их применения на практике.

Междисциплинарные связи: изучение дисциплины предопределяется учебным планом и коррелирует с базовыми дисциплинами социально-гуманитарной и профессиональной подготовки

Содержание программы позволяет изучить SMM и SEO-технологии как функциональные инструменты интернет-маркетинга; определить сущность, основные каналы и приемы продвижения товаров и услуг в Интернете посредством SMM; проанализировать взаимодействие SMM и SEO и возможности создания консолидированных стратегий эффективного интернет-маркетинга.

Изучение дисциплины «SEO-технологии» направлено на формирование у студентов следующих общекультурных компетенций:

осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения;

оценивать затраты и результаты деятельности организации.

Дисциплина изучается в течение семестра (1 семестр). Итоговая форма контроля – зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов. Программой дисциплины предусмотрены практические занятия – 51 час, самостоятельная работа – 57 часов. Итоговый контроль в форме зачета.

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Цель курса – способствовать формированию и развитию у магистрантов компетенций в области поисковой оптимизации сайтов и ведения страниц в социальных сетях, их продвижения и позиционирования в профессиональной деятельности. Стимулирование творческого подхода к работе в этой области, формирование знаний, умений и навыков пользования современным инструментарием при работе с интернет-медиа, в частности, используемого для размещения контента, анализа ключевых показателей эффективности и мониторинга сайтов и страниц.

Задачи курса:

- сформировать у слушателей представление о современных SEO и SMM-технологиях;
- сформировать навыки подбора каналов коммуникации и методов эффективного взаимодействия с целевой аудиторией;
- способствовать приобретению опыта в поисковой оптимизации на примере продвижения собственных страниц в социальных сетях.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина «SEO-технологии» входит в состав вариативной части цикла гуманитарных, социальных и экономических дисциплин основной образовательной программы магистратуры. Для освоения данной дисциплины необходимы знания информатики в объеме общеобразовательного курса, а так же элементарные умения обращения с компьютерной техникой.

Дисциплина «SEO-технологии» является предшествующей практически для всех дисциплин основной образовательной программы по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», поскольку способствует становлению у студентов навыков информационного самообеспечения учебной и научно-исследовательской деятельности.

Цель изучения дисциплины «SEO-технологии» – способствовать формированию и развитию у магистрантов компетенций в области поисковой оптимизации сайтов и страниц в социальных сетях, их продвижения и позиционирования в профессиональной деятельности.

Данные дисциплины предоставляют обширную теоретическую базу, формируют навыки самостоятельной аналитической работы и составляют теоретический и научно-методологический фундамент подготовки магистра.

Изучение дисциплины «SEO-технологии» способствует успешному овладению студентами таких дисциплин как «Маркетинговые измерения в сети интернет», «Технологии создания рекламного продукта для новых медиа», «Управление медиапроектами в интернете», «Контекстная реклама», «Язык рекламных и PR-текстов», «Практика взаимодействия со средствами массовой информации».

В программе учтены межпредметные связи с другими учебными дисциплинами.

4. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Данная дисциплина формирует след компетенции:

Общекультурные компетенции (ОК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОК-4	способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ОПК-1	способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
ОПК-7	способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности

Профессиональные компетенции (ПК):

№ компетенции	Содержание компетенции
ПК-8	способность оценивать затраты и результаты деятельности организации

В результате изучения курса студенты должны **знать**:

- новым методам исследования;
- профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- современные информационные технологии;
- способы оценки затрат и результатов деятельности организации.

В результате изучения курса студенты должны **уметь**:

- изменять научный и научно-производственный профиль своей профессиональной деятельности;
- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения;
- оценивать затраты и результаты деятельности организации.

5. СТРУКТУРА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Название тем	Количество часов					
	Очная форма					
	всего	в том числе				
		л	с	п	лаб	с.р.
1	2	3	4	5	6	7
Курс 1						
Семестр 1						
Тема 1-2. SMM и SEO-технологии как функциональные инструменты интернет-маркетинга.				6	-	5
Тема 3-4. SEO-продвижение: понятие, основные принципы.				6		5
Тема 5-6. Фильтры поисковых систем.				4		5
Тема 7-8. Копирайтинг. SEO-копирайтинг.				6		6
Тема 9-10. Оптимизация сайта. Внутренняя оптимизация. Внешняя оптимизация.				6		6
Тема 11-12. Семантическое ядро сайта.				6		6
Тема 13-14. Траст сайта. Индексация сайта.				6		6
Тема 15-16. Сущность, основные каналы и приемы продвижения товаров и услуг в Интернете посредством SMM.				4		6
Тема 17-18. Оценка эффективности SMM-кампаний.				4		6
Тема 19-20. Взаимодействие SMM и SEO.				3		6
Всего за семестр	108			51		57
ВСЕГО часов по дисциплине	108			51	-	57

6. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

МОДУЛЬ 1. (1 КУРС 1 СЕМЕСТР).

Тема 1-2. SMM и SEO-технологии как функциональные инструменты интернет-маркетинга.

Основные понятия курса. Функции SEO. Способы монетизации сайта. Оценка эффективности продвижения сайта. Задачи SMM. SMM-инструменты. Оценка эффективности продвижения. Анализ рынка труда. Ключевые навыки SMM-специалиста. Ключевые навыки SEO-специалиста.

Тема 3-4. SEO-продвижение: понятие, основные принципы.

Понятие SEO-продвижения. Виды сайтов. Инструменты продвижения сайта. Развитие поисковых систем. Современное состояние. Факторы ранжирования сайта. Дизайн сайта. CMS сайта. Юзабилити сайта. Подбор каналов коммуникации и методов эффективного взаимодействия с целевой аудиторией.

Тема 5-6. Фильтры поисковых систем.

Основные понятия. Виды оптимизации. Виды фильтров. Фильтры Яндекса. Фильтры Google. Фильтры за накрутку поведенческих факторов. Работа с фильтрами. Снятие фильтров.

Тема 7-8. Копирайтинг. SEO-копирайтинг.

Основные понятия. Особенности SEO-копирайтинга. Контент на сайте: специфика формирования. Поисковые запросы в SEO-тексте. Логика, структура и композиция SEO-текста. Рекламные приёмы и инструменты в SEO-тексте. Оценка эффективности SEO-текста.

Тема 9-10. Оптимизация сайта. Внутренняя оптимизация. Внешняя оптимизация.

Основные понятия. Оформление текста на странице. Плотность текста. Теги. Мета-теги. Перелинковка и структура сайта. Частота обновления информации на сайте. Ссылочная масса. Типы внешних ссылок. Способы набора ссылочной массы.

Тема 11-12. Семантическое ядро сайта.

Основные понятия. Классификация поисковых запросов. Типология запросов. Частотность запросов. Конкурентность запросов. Конверсия. Инструменты оценки уровня конкурентности запросов. Сбор статистики поисковых запросов.

Тема 13-14. Траст сайта. Индексация сайта.

Основные понятия. Возраст сайта. Ссылочная масса. Поведенческие факторы. Индексация сайта: основные механизмы. Настройка веб-проектов разных типов с учетом эффективного подхода к поисковому продвижению.

Тема 15-16. Сущность, основные каналы и приемы продвижения товаров и услуг в Интернете посредством SMM.

Социальные сети и их особенности. Использование социальных сетей в бизнесе. Таргетированная реклама. Реклама в Facebook. Реклама на YouTube. Реклама в Одноклассниках. Реклама в Instagram.

Тема 17-18. Оценка эффективности SMM-кампаний.

Медиапланирование, аналитика и оценка эффективности SMM-кампаний. Использование специализированных инструментов статистики в социальных сетях. Отслеживание конверсий.

Тема 19-20. Взаимодействие SMM и SEO.

Создание консолидированных стратегий эффективного интернет-маркетинга. Цели SMO. Интегрирование сайта с социальными сетями.

7. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Самостоятельная работа студентов обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям. Результаты этой подготовки проявляются в активности студента на занятиях и в качестве выполненных рефератов.

СР включает следующие виды работ:

- работа с учебной литературы;
- поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания в виде подготовки презентации, реферата по изучаемой теме;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка к семинарским занятиям;
- практико-ориентированные задания;
- конспектирование первоисточников, изучение научной, учебно-методической литературы;
- моделирование содержания темы: составление структурно-логических схем, таблиц, создание графиков, рисунков и т.п.
- подготовка к зачету в 1-м семестре.

7.1. ТЕМЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ

Тема 1-2. SMM и SEO-технологии как функциональные инструменты интернет-маркетинга.

1. Функции SEO.
2. Способы монетизации сайта.
3. Оценка эффективности продвижения сайта.
4. Задачи SMM. SMM-инструменты.
5. Ключевые навыки SMM-специалиста.
6. Ключевые навыки SEO-специалиста.

Термины: SEO, SMM, лендинг, хостинг, CMS.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Проанализировать рекрутинговые сайты на предмет востребованности специалистов в сфере SEO и SMM.

Литература: [1 – 22-25; 2 – С.40-42].

Тема 3-4. SEO-продвижение: понятие, основные принципы.

1. Понятие SEO-продвижения.
2. Виды сайтов.
3. Инструменты продвижения сайта.
4. Развитие поисковых систем. Современное состояние.
5. Факторы ранжирования сайта.
6. Подбор каналов коммуникации и методов эффективного взаимодействия с целевой аудиторией.

Термины: поисковые системы, CMS, юзабилити сайта, домен, А/В тестирование, сплит-тестирование

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Проанализировать основные поисковые системы в интернете.

Литература: [1 – 34-59; 2– 7-30].

Тема 5-6. Фильтры поисковых систем.

1. Виды оптимизации.
2. Типы фильтров/фильтров.
3. Фильтры Яндекса.
4. Фильтры Google.
5. Фильтры за накрутку поведенческих факторов.
6. Работа с фильтрами. Снятие фильтров.

Термины: внутренняя оптимизация, внешняя оптимизация, ранжирование, поведенческие факторы.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - дать сравнительную характеристику основных фильтров в Яндексе и Google.

Литература: [1 – 63-83].

Тема 7-8. Копирайтинг. SEO-копирайтинг.

1. Особенности SEO-копирайтинга.
2. Контент на сайте: специфика формирования.
3. Поисковые запросы в SEO-тексте.
4. Логика, структура и композиция SEO-текста.
5. Рекламные приёмы и инструменты в SEO-тексте.

Термины: копирайтинг, SEO-копирайтинг, LSI-копирайтинг, копирайтер, оптимизация текста, тошнотность текста, индексация сайта, оригинальность контента.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Составить контент-план для сайта по выбранной тематике
 - Оценить эффективность SEO-текста

Литература: [1 – 84-99; 2 – 42-44].

Тема 9-10. Оптимизация сайта. Внутренняя оптимизация. Внешняя оптимизация.

1. Факторы внутренней оптимизации.
2. Факторы внешней оптимизации.
3. Формирование ссылочной массы.
4. Неэтичные методы продвижения.

Термины: плотность текста, теги, мета-теги, перелинковка, ссылочная масса, внешние ссылки, тайпсквоттинг, дорвеи, клоакинг, свопинг, PageRank.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - PageRank: функции и современное использование.
 - Неэтичные методы продвижения: анализ, примеры, перспективы.

Литература: [[1](#) – 100-128; [2](#) – 73-81].

Тема 11-12. Семантическое ядро сайта.

1. Классификация поисковых запросов.
2. Частотность запросов.
3. Конкурентность запросов. Конверсия.
4. Инструменты оценки уровня конкурентности запросов.
5. Сбор статистики поисковых запросов.

Термины: ключевые слова, сервисы подбора ключевых слов, конверсия, оптимизация ключевых слов.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Составить семантическое ядро для сайта по выбранной тематике.
 - Составить бриф для написания seo-текста.

Литература: [[1](#) – 228-245].

Тема 13-14. Траст сайта. Индексация сайта.

1. Траст сайта: понятия, факторы.
2. Поведенческие факторы.
3. Индексация сайта: основные механизмы.
4. Настройка веб-проектов разных типов с учетом эффективного подхода к поисковому продвижению.

Термины: ссылочная масса, поведенческие факторы, тематический индекс цитирования, матрикснет.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Оценить траст сайтов по выбранной тематике.

Литература: [[1](#) – 129-131; 221-227].

Тема 15-16. Сущность, основные каналы и приемы продвижения товаров и услуг в Интернете посредством SMM.

1. Социальные сети и их особенности.
2. Использование социальных сетей в бизнесе.
3. Таргетированная реклама.
4. Реклама в Facebook.
5. Реклама на YouTube.
6. Реклама в Одноклассниках.
7. Реклама в Instagram.

Термины: таргетинг, контент-план, сообщество, аудитория, охват, раскрутка сообщества.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Заполнить таблицу:

	Facebook	VK	Одноклассники	Instagram
Год основания				
Основатель(и)				
Охват аудитории в мире (с указанием источника статистики)				
Целевая аудитория (пол, возраст, статус, доход)				
Юзабилити сети (2-3 предложения)				
Основной контент сети (2-3 предложения)				
Возможности заработка (2-3 предложения)				
Уникальность сети – это ...				
Лайфхак для пользователя сети				

Литература: [1 – 246-256].

Тема 17-18. Оценка эффективности SMM-кампаний.

1. Медиапланирование, аналитика и оценка эффективности SMM-кампаний.
2. Использование специализированных инструментов статистики в социальных сетях.
3. Отслеживание конверсий.

Термины: конверсия, фиксированная ставка, таргетинг, аккаунт, настройка кампании, CRM

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Изучить инструменты smm-продвижения.
 - Проанализировать работу сервисов по оценке эффективности smm-кампании.

Литература: [1 – 246-256].

Тема 19-20. Взаимодействие SMM и SEO.

1. Создание консолидированных стратегий эффективного интернет-маркетинга.
2. Цели SMO.
3. Интегрирование сайта с социальными сетями.

Термины: плагин, конверсия, DNS, рекламные сети Google и Яндекс.

Выполнить:

1. Систематизировать и закрепить знания по теме.
2. Темы творческих работ:
 - Проанализировать плагины интегрирования сайта с социальными сетями.
 - Проанализировать технологии отслеживания конверсий на сайтах и в социальных сетях.

Литература: [[1](#) – 246-256].

7.2. ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

1. Геймификация интернет-пространства.
2. Индивидуальные партнерские программы как средство продвижения в интернете.
3. Кластеризация медиа-контента из социальных сетей с использованием технологии BigData.
4. Международная практика использования веб-сайтов в продвижении брендов.
5. Продвижение сайта в оффлайне.
6. Реклама в интернете: тенденции и перспективы.
7. Реклама на форумах и блогах: современное состояние.
8. Реклама на чужих сайтах.
9. Рекламные сети социальных сетей.

7. 3 ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. PageRank и ТИЦ: задачи и актуальность.
2. SEO-копирайтинг. Основные принципы.
3. SEO-копирайтинг. Структура продающего текста.
4. SEO-специалист на рынке труда. Основные тренды.
5. SMM-специалист на рынке труда. Основные тренды.
6. Индексация сайта.
7. Инструменты «белой» оптимизации сайта.
8. Инструменты «серой» оптимизации сайта.
9. Инструменты «черной» оптимизации сайта.
10. Инструменты создания эффективного контента.
11. Классификация поисковых запросов.
12. Конструкторы сайтов.
13. Контент сайта и его составляющие.
14. Основные направления работы SocialMediaMarketing.
15. Поведенческие факторы ранжирования сайта.
16. Понятие Social Media Marketing, функции.
17. Понятие поисковой оптимизации, функции.
18. Преимущества SMM.
19. Принципы покупок ссылок.
20. Продвижение сайта в интернете. Основные инструменты.
21. Релевантность сайта.
22. Семантическая разметка.
23. Семантическое ядро как основополагающий элемент SEO.
24. Семантическое ядро. Ресурсы для создания семантического ядра.
25. Социальные сети в России: особенности задачи.
26. Таргетинг в социальных сетях.
27. Типы оптимизации сайта.
28. Траст сайта.
29. Факторы внешней оптимизации сайта
30. Факторы внутренней оптимизации сайта
31. Факторы ранжирования сайта.
32. Формирование ссылочной массы. Основные приемы.
33. Этапы исторического развития технологии поисковой оптимизации.
34. Юзабилити сайта: анализ и правила.
35. Яндекс.Вордстат и GoogleAdWords: функции

8. МЕТОДЫ ОБУЧЕНИЯ

В процессе обучения для достижения планируемых результатов освоения дисциплины используются следующие методы образовательных технологий:

- методы ИТ – использование Internet-ресурсов для расширения информационного поля и получения информации, в том числе и профессиональной;
- междисциплинарное обучение – обучение с использованием знаний из различных областей (дисциплин) реализуемых в контексте конкретной задачи;
- проблемное обучение – стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний для решения конкретной поставленной задачи;
- обучение на основе опыта – активизация познавательной деятельности студента посредством ассоциации их собственного опыта с предметом изучения.

Изучение дисциплины «SEO-технологии» осуществляется студентами в ходе участия в семинарских занятиях, а также посредством самостоятельной работы с рекомендованной литературой.

В ходе проведения семинарских занятий студенты отвечают на вопросы, вынесенные в план семинарского занятия. Помимо устной работы, проводится защита рефератов по теме семинарского занятия, сопровождающаяся его обсуждением и оцениванием. Также внимание на семинарских занятиях уделяется практико-ориентированным заданиям: организации и проведению социологических исследований с целью изучения общественного мнения, практикумы в Академии по изучению мнения студентов.

Для изучения дисциплины предусмотрены следующие формы организации учебного процесса: семинарские занятия, самостоятельная работа студентов и консультации.

При проведении различных видов занятий используются интерактивные формы обучения:

Занятия	Используемые интерактивные образовательные технологии
Семинарские занятия	Дискуссии, коллективное решение творческих задач, ролевая игра

9. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ

Оценка	Характеристика знания предмета и ответов
зачтено	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач по анализу и моделированию разрешения конфликтов на различных стадиях и в различных ситуациях.
не зачтено	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы. Демонстрирует слабое понимание значения и сути конфликта в социальных отношениях, затрудняется при выборе стратегий урегулирования конфликтов.

10. МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, УЧЕБНАЯ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. [Мелькин, Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO Электронный ресурс : учебное пособие / К.С. Горяев / Н.В. Мелькин. – Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO,2022-08-16. –Москва : Инфра-Инженерия, 2017. – 268 с. –ISBN 978-5-9729-0139-5](#)
2. [Гуров Ф.Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в сети. – \[б. м.\] : \[б. и.\]. – 88 с. – Лише ел. ВерсияШифр: 60.842](#)

Дополнительная литература:

3. Кузьмина О.Г. Формирование имиджа бренда в интернет-пространстве: социолингвистические и социально-психологические технологии // Вопросы теории и практики журналистики. – 2015. – №4. – С. 431-440.
4. Трофименко Е.Ю., Чернышова Е.В. Использование социальных сетей в коммуникационной политике организации // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. – 2013. – №3. – С. 133-137.
5. Данилина М.В., Дейнекин Т.В. Инструментарий интернет-маркетинга и его значение в современной экономике // Вестник евразийской науки. – 2014. – №6 (25). – С. 70. URL:
6. Землянская Н.Б., Михайлова Л.В., Сазонов А.А. Исследование технологии поисковой оптимизации как одной из основных составляющих инструмента маркетинга // Вестник МГОУ. Серия: Экономика. – 2019. – №1. – С. 25-34. URL:
7. Земская Ю.Н., Серегина А.С. Международная практика использования веб-сайтов в продвижении брендов территорий // Коммуникология. – 2017. – №2.– С. 190-199.URL:
8. Диева А.В. Проблема выбора CMS системы для разработки и продвижения web-сайта // Горный информационно-аналитический бюллетень (научно-технический журнал).– 2014. –№9. – С. 309-312. URL:

9. Рыцарев И.А., Кирш Д.В., Куприянов А.В. Кластеризация медиа-контента из социальных сетей с использованием технологии BigData // Компьютерная оптика. – 2018. – №5. – С. 921-927.URL:

Интернет-источники:

1. Издательство «Лань», электронно-библиотечная система – <http://e.lanbook.com>
2. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» – <http://www.biblioclub.ru>
4. Сайт об интернет-технологиях – <https://www.internet-technologies.ru/>
5. Словарь терминов – <https://promopult.ru/library>
6. Научная электронная библиотека КиберЛенинка – <https://cyberleninka.ru/>

11.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Учебные занятия проводятся в аудиториях согласно расписанию занятий. При подготовке к занятиям по данной дисциплине используется аудиторный фонд (столы, стулья, доска).

При подготовке и проведении занятий используются дополнительные материалы. Предоставляется литература читального зала библиотеки ГОУК ЛНР «ЛГАКИ им. М. Матусовского». Студенты имеют доступ к ресурсам электронной библиотечной системы Академии.

Информационные технологии и программное обеспечение не применяются.