Парамонов Александр Васильевич
Подписано цифровой подписью: Парамонов Александр Васильевич
Дата: 2024.11.12 09:27:19 +03'00'

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Нижегородский институт управления - филиал РАНХиГС

АННОТАЦИЯ

Дополнительная профессиональная программа повышения квалификации

«Интернет-коммуникации и медиатехнологии в сфере госструктур», 72 ч.

1. Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».
2. Категория слушателей: лица, имеющие высшее образование, а также получающие высшее образование в текущем календарном году; лица, имеющие среднее профессиональное образование.
3. Форма обучения: очно – заочная с применением ЭО и ДОТ;
Программа реализуется с применением электронного обучения (СДО НИУ РАНХиГС, https://sdo1.niu.ranepa.ru/my/), дистанционных образовательных технологий (Яндекс.Телемост, и других телекоммуникационных ресурсов).
4. Период реализации программы: 2 недели
5. Период актуальности программы: до сентября 2025 г.
6. Язык, на котором реализуется программа: русский
7. Основные модули/разделы/дисциплины/темы программы:

Наименование дисциплины	Объем очных часов	Самостоятельная работа, час
Введение: основы работы в соцсетях. Медиагайд	2	2
Грамотная работа с целевыми аудиториями	2	2
Особенности ведения официальных страниц	6	2
Особенности работы в мессенджерах	2	-
Таргетинг	2	2
Репутация в социальных сетях	2	2
Работа с блогерами и ЛОМами	2	2
Работа с негативом в соцсетях	4	2
Копирайтинг	4	2
Создание визуального контента	4	2
Качественная обратная связь	6	2
Медиааналитика. Создание аналитических материалов	3	2
Информационные риски	5	-

Противодействие фейковой информации	4	-
Промежуточная аттестация	-	-
Итоговая аттестация	-	2
ИТОГО	48	24

8. Формы текущего контроля, промежуточной успеваемости и итоговой аттестации слушателя: зачет в форме тестирования с оценкой «зачтено», «не зачтено».
9. Основная литература:

1. Акимова, Д.Ю. Интернет-маркетинг и его влияние на развитие бизнеса [Текст] / Д.Ю. Акимова // Научные идеи в контексте мо-дернизации современного общества: Материалы международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 6-8.
2. Акулич М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров [Текст] / М. В. Акулич. – М.: Дашков и К, 2019. – 352 с.
3. Алексеев, И.В. Формирование понятия интернет-маркетинг [Текст] / И.В. Алексеев // Актуальные проблемы развития обще-ства, экономики и права сборник научных статей молодых пре-подавателей и аспирантов. Составитель Локтева Т.В. – 2018. – С. 33-39.
4. Гогохия, И. Продвижение в Telegram, WhatsApp, Skype и других мессенджерах [Текст] /И. Гогохия. – М.: Бомбора. – 2019. – 320 с.
5. Джагарян, Д.А. Интернет-маркетинг как перспективный метод продвижения продукции и услуг в интернете [Текст] / Д.А. Джагарян // Университетская наука – региону Материалы VI ежегодной научно-практической конференции преподавателей, студентов и молодых ученых. Под редакцией Л.И. Ушвицкого, А.В. Савцовой. – 2018. – С. 339-341.
6. Дин, Т. Интернет-маркетинг с нуля: как увеличить прибыли [Текст] / Т. Дин, Л. Федорова. – М.: Омега-Л, 2016. – 223 с.
7. Кеннеди Д., Уэлш-Филлипс К. Жесткий SMM. Выжать из соцсе-тей максимум [Текст] / Д. Кеннеди, К. Уэлш-Филлипс. – М.: Аль-пина Паблишер, 2019. – 344 с.
8. Кингснорт, С. Стратегия цифрового маркетинга. Интегрирован-ный подход к онлайн-маркетингу. Руководство [Текст] / С. Кингснорт. –М.: Олимп-Бизнес, 2019. – 416 с.
9. Крбашян, Р.Е. Интернет-маркетинг: значение и план создания маркетинговой кампании в интернете для продвижения бизнеса в современных реалиях [Текст] / Р.Е. Крбашян // Студенческий вестник. – 2020. – № 16-5 (114). – С. 71-76.
10. Румянцев, Д. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Системный подход [Текст] / Д. Румянцев. – СПб.: Питер, 2019. – 336 с.
11. Сенаторов, А. Битва за подписчика в «ВКонтакте». SMM-руководство [Текст] / А. Сенаторов. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 168 с.
12. Смолина, В. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях [Текст] / В. Смолина. – М.: Инфра-Инженерия», 2019. – 252 с.

13. Соболева, Л. Феномен «Инстаграма». 2.0. Все новые фишки [Текст] / Л. Соболева. – М.: АСТ, 2018. – 272 с.
14. Твердохлебова, М.Д. Интернет-маркетинг. Учебник [Текст] / Твердохлебова М.Д. – М.: КноРус, 2020. – 192 с.
15. Теренина, К.И. Особенности продвижения товара через соци-альные платформы [Текст] / К.И. Теренина // Евразийский Союз Ученых. – 2019. – № 9-1 (18). – С. 109-111.