



ТЕАТРАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ
ИМЕНИ БОРИСА ЩУКИНА

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Театральный институт имени Бориса Щукина при Государственном академическом театре имени Евгения Вахтангова»
(Театральный институт имени Бориса Щукина)

Принята на заседании
Ученого совета
протокол №
от «___» _____ 2023г.

Утверждаю:
Ректор
_____ Е.В. Князев
«___» _____ 2023г.

Дополнительная профессиональная программа
(программа профессиональной переподготовки)
SMM-технологии в театральной сфере

(наименование программы)

дополнительное профессиональное образование

(подвид дополнительного образования)

Москва 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Цель реализации.....	1
2.	Целевая аудитория.....	3
3.	Области профессиональной деятельности	3
4.	Характеристика квалификации.....	3
5.	Планируемые результаты обучения.....	7
6.	Учебный план.....	8
7.	Календарный учебный график.....	9
8.	Рабочие программы дисциплин, практик, итоговой аттестации	10
9.	Формы аттестации и оценочные материалы.....	10
10.	Организационно-педагогические условия	10
11.	Материально-техническое обеспечение	11
12.	Список рекомендуемой литературы.....	11

1. Цель реализации

1.1. Настоящая дополнительная профессиональная программа (программа профессиональной переподготовки) (далее – ДПП ПП, Программа) реализуется в рамках проекта «Цифровые кафедры» как элемента федерального проекта «Развитие кадрового потенциала ИТ-отрасли» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации». С 2022г. проект включен в программу стратегического академического лидерства (ПСАЛ) «Приоритет-2030».

В программе «Приоритет-2030» программа ДПП ПП решает задачи по направлениям «Подготовка кадров для приоритетных направлений научно-технологического развития Российской Федерации, субъектов Российской Федерации, отраслей экономики и социальной сферы», «Обновление, разработка и внедрение новых образовательных программ высшего образования и дополнительных профессиональных программ».

Проект «Цифровые кафедры» предполагает получение дополнительных квалификаций по ИТ-профилю обучающимися по специальностям и направлениям подготовки, не отнесенным к ИТ-сфере, в том числе, студентами творческих вузов-участников ПСАЛ «Приоритет-2030».

1.2. **Целью** программы ДПП ПП «SMM-технологии в театральной сфере» является подготовка высококвалифицированных кадров для театральной сферы, обладающих цифровыми компетенциями продвижения информации в медийном интернет-пространстве. Умение донести информацию о своем театре, новой постановке до широкого круга пользователей является востребованным и актуальным навыком современного творческого специалиста. Владение этим навыком дает выпускнику театрального вуза неоспоримое конкурентное преимущество, так как позволяет эффективно продвигать свое творческое портфолио и стать заметным и узнаваемым в профессиональной среде.

Значимость реализации настоящей программы определяется наличием у выпускников дополнительной цифровой квалификации как конкурентного преимущества на рынке труда; насыщением отрасли кадрами, владеющими цифровыми компетенциями.

1.3. Настоящая Программа разработана в соответствии с нормами Федерального закона РФ от 29 декабря 2012г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», с учетом требований приказа Минобрнауки России от 1 июля 2013г. № 499 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам», с изменениями, внесенными приказом Минобрнауки России от 15 ноября 2013г. № 1244 «О внесении изменений в Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 1 июля 2013г. № 499»; приказа Министерства образования и науки РФ от 23

августа 2017г. № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ» (указать при необходимости); паспорта федерального проекта «Развитие кадрового потенциала ИТ-отрасли» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации»; постановления Правительства Российской Федерации от 13 мая 2021г. № 729 «О мерах по реализации программы стратегического лидерства «Приоритет-2030» (в редакции постановления Правительства Российской Федерации от 14 марта 2022г. № 357 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 13 мая 2021г. № 729»); приказа Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации от 28 февраля 2022г. № 143 «Об утверждении методик расчета показателей федеральных проектов национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» и признании утратившими силу некоторых приказов Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации об утверждении методик расчета показателей федеральных проектов национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» (далее – приказ Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации № 143); требованиями к дополнительным профессиональным программам (программам профессиональной переподготовки) ИТ-профиля, реализуемым в рамках проекта «Цифровые кафедры» образовательными организациями высшего образования - участниками программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030» для получения студентами дополнительной квалификации по ИТ-профилю в рамках федерального проекта «Развитие кадрового потенциала ИТ-отрасли» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» (редакция апрель 2023г.); федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - специалитет по специальности 52.05.01 «Актерское искусство», утвержденного приказом Минобрнауки России от 16.11.2017 № 1128 (ред. от 08.02.2021г.) (далее вместе – ФГОС ВО), а также профессиональных стандартов 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу», (утв. приказом Минтруда России от 19.02.2019г № 95н), 06.013 «Специалист по информационным ресурсам», (утв. приказом Минтруда России от 19.07.2022 № 420н).

1.4. Профессиональная переподготовка заинтересованных лиц (далее – Слушатели), осуществляемая в соответствии с Программой (далее – Подготовка), имеющей отраслевую направленность «Искусство и культура», проводится в театральном институте имени Бориса Щукина (далее – Институт) в соответствии с учебным планом по очной форме обучения.

1.5. Срок освоения Программы составляет 252 академических часа.

2. Целевая аудитория

2.1. Настоящая программа ориентирована в основном на студентов театральных вузов, обучающихся по специальности 52.05.01 «Актерское искусство». Кроме того, она может быть интересна и студентам других творческих специальностей, желающим овладеть приемами эффективного продвижения информации в медиапространстве.

К освоению Программы в рамках проекта допускаются лица, получающие высшее образование по очной (очно-заочной) форме и освоившие основную профессиональную образовательную программу (далее – ОПОП ВО) бакалавриата – в объеме не менее первого курса (бакалавры 2-го курса), ОПОП ВО специалитета – не менее первого и второго курсов (специалисты 3-го курса), а также магистратуры, обучающиеся по ОПОП ВО, не отнесенным к ИТ-сфере.

3. Области профессиональной деятельности

Перечень областей и сфер профессиональной деятельности обучающихся, в которых развиваемые цифровые компетенции будут использоваться, соответствует федеральному государственному образовательному стандарту по специальности 52.05.01 «Актерское искусство»:

образование и наука (в сферах: профессионального и дополнительного образования; научных исследований);

культура, искусство (в сферах: сценических искусств; киноискусства; творческой деятельности).

4. Характеристика квалификации

Виды профессиональной деятельности, трудовые функции, указанные в профессиональных стандартах по соответствующим должностям «специалист по работе с социальными медиа», «менеджер по работе с социальными сетями», «администратор веб-сайта», «контент-редактор», представлены в табл. 1, 2. В табл. 3,4 представлены характеристики компетенций, формируемых в результате освоения Программы.

Таблица 1 Характеристика новой квалификации, связанной с видом профессиональной деятельности и трудовыми функциями в соответствии с профессиональным стандартом 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»

Область профессиональной деятельности	Тип задач профессиональной деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции	Вид профессиональной деятельности	Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Трудовые действия
Культура, искусство (в сферах: сценических искусств; киноискусства; творческой деятельности)	Организационно-управленческий	ПК -123 Применяет SMM-технологии для самопродвижения	Соответствует виду, указанному на титульном листе профстандарта - Разработка и реализация стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Соответствуют профстандарту – C,G	Соответствуют профстандарту – C/01.4, C/02.4, C/03.4; G/01.5, G/02.5, G/03.5, G/04.5, G/05.5	Соответствуют профстандарту

Таблица 2 Характеристика новой квалификации, связанной с видом профессиональной деятельности и трудовыми функциями в соответствии с профессиональным стандартом 06.013 «Специалист по информационным ресурсам»

Область профессиональной деятельности	Тип задач профессиональной деятельности	Код и наименование профессиональной компетенции	Вид профессиональной деятельности	Обобщенная трудовая функция	Трудовая функция	Трудовые действия
Культура, искусство (в сферах: сценических искусств; киноискусства; творческой деятельности)	Организационно-управленческий	ПК -123 Применяет SMM-технологии для самопродвижения	Соответствует виду, указанному на титульном листе профстандарта - Создание информационных ресурсов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и управление ими	Соответствуют профстандарту – A,B	Соответствуют профстандарту – A/01.4, A/02.4, A/03.4; B/01.5, B/02.5, B/03.5, B/04.5, B/05.5, B/06.5	Соответствуют профстандарту

Таблица 3

Таблица 3 Характеристика новой цифровой компетенции в области создания алгоритмов и компьютерных программ, пригодных для практического применения, из перечня обязательных при разработке ДПП ПП для обучающихся по специальностям и направлениям подготовки, не отнесенным к ИТ-сфере

Наименование сферы	Код и наименование профессиональной компетенции	Минимальный исходный уровень развития компетенции. Компетенция не проявляется/ проявляется в степени, недостаточной для отнесения к 1 уровню сформированности компетенции	Базовый уровень развития компетенции. Компетенция проявляется в незначительной степени, по заданным шаблонам и с посторонней помощью	Продвинутый уровень развития компетенции. Компетенция самостоятельно проявляется на практике в стандартных профессиональных условиях без посторонней помощи	Экспертный уровень развития компетенции. Компетенция самостоятельно проявляется на практике в сложных профессиональных условиях с возможностью передачи знаний другим
Средства программной разработки	ПК-30 Применяет принципы и основы алгоритмизации	Владеет базовыми принципами и основами алгоритмизации (+)	Разрабатывает типовые алгоритмы под контролем опытных наставников (+)	Самостоятельно разрабатывает алгоритмы высокой сложности, использует доступный опыт других разработчиков (интернет, литература) (-)	Применяет принципы и основы алгоритмизации системно на экспертном уровне. Контролирует программную разработку в части применения и эффективности использования алгоритмов. Обучает других (-)

Таблица 4

Характеристика компетенции, формируемой в результате освоения Программы

Наименование сферы	Код и наименование профессиональной компетенции	Минимальный исходный уровень развития компетенции. Компетенция не проявляется/ проявляется в степени, недостаточной для отнесения к 1 уровню сформированности компетенции.	Базовый уровень развития компетенции. Компетенция проявляется в незначительной степени, по заданным шаблонам и с посторонней помощью.	Продвинутый уровень развития компетенции. Компетенция самостоятельно проявляется на практике в стандартных профессиональных условиях без посторонней помощи.	Экспертный уровень развития компетенции. Компетенция самостоятельно проявляется на практике в сложных профессиональных условиях с возможностью передачи знаний другим
Цифровой маркетинг и медиа	ПК -123 Применяет SMM-технологии для самопродвижения	Не применяет SMM-технологии (+)	Применяет отдельные технологические инструменты под руководством опытного специалиста SMM и комьюнити- менеджера. Выполняет отдельные операции по подготовке публикаций, исполняет контент- план, переданный руководителем. Периодически отчитывается перед руководителем (+)	Самостоятельно определяет необходимость применения отдельных технологических инструментов для реализации контент- плана, переданного руководством для исполнения. Участствует в разработке контент- плана, а также в медиа- планировании, ведет отдельные направления в реализации контент- плана. Осуществляет самоконтроль, периодически отчитываясь перед руководителем (+)	Руководит направлением. Определяет стратегию, организует и осуществляет долгосрочное планирование, распределяет нагрузку между подчиненными. На экспертном уровне определяет и применяет SMM-технологии, консультирует подчиненных по вопросам применения SMM-технологий реализации контент- плана, медиа-кампаний. Проводит оценку эффективности работы подчиненных, оценивает эффективность реализации стратегий и медиа-планов, формулирует корректирующие мероприятия для достижения максимальной эффективности и целевых показателей (-)

5. Планируемые результаты обучения

Цель программы обучения - развитие компетенций, необходимых для работы в области создания и управления информационными ресурсами в Интернете, и получение квалификации «SMM-специалист в театральной сфере».

В ходе освоения Программы Слушателем приобретаются следующие профессиональные компетенции:

ПК-30 – применяет принципы и основы алгоритмизации;

ПК-123 – применяет SMM-технологии для самопродвижения.

Планируемые результаты обучения по Программе представлены в табл. 5

Таблица 5 Планируемые результаты обучения

Компетенция	В результате освоения Программы слушатель должен:		
	Знать:	Уметь:	Иметь навыки:
ПК-30 применяет принципы и основы алгоритмизации	Алгоритмы, их типы Свойства алгоритмов Линейный алгоритм Разветвляющийся алгоритм Циклический алгоритм Временная сложность алгоритма Рекурсия Суперпозиция Информационные алгоритмы Государственный стандарт создания технической документации при выполнении схем обработки данных и средств их решения	Осуществлять запись алгоритмов Отображать результаты при проектировании визуальных алгоритмов Определять необходимый тип алгоритма в соответствии с задачей Выбирать способ представления визуальных алгоритмов	Применения стандартов для разработки технической документации при создании визуальных алгоритмов; Составления блок-схемы алгоритма создания воронки продаж
ПК-123 применяет SMM-технологии для самопродвижения	Работу современных платформ социальных медиа Пользовательскую базу разных социальных медиа и ее характеристики в зависимости от конкретной платформы Основы коммуникации и общения в сети Интернет с учетом ее особенностей и возможностей. Базовые знания и умения, позволяющие работать с компьютерами Способы, которые используются для анализа и манипулирования текстовой и графической информацией. Основы написания эффективных текстов для	Изучать содержание площадок в социальных медиа, а также анализировать аудиторию, которая участвует в этих площадках Использовать функциональные возможности, предоставляемые современными социальными медиа-платформами Применять новейшие программные продукты для составления календарных планов продвижения в социальных медиа. Создавать контент в социальных медиа, включая информационные сообщения и другие типы текстов Обосновывать выбор платформ для размещения рекламы	Определение оптимальных площадок в социальных медиа для проведения продвижения. Создания перечня тем веб-сайта, которые могут обсуждаться посетителями социальных медиа и членами интернет-сообществ. Создания образцов информационных сообщений (постов) с целью публикации на социальных медиа. Разработка расписания продвижения в социальных медиа Оформление и управление группами в социальных медиа Публикация информационных сообщений на социальных медиа-платформах

	веб-страниц и других форматов Основы веб-аналитики Основы маркетинга и связей с общественностью Состав комплекса маркетинговых инструментов для продвижения в социальных медиа, блогах, блогерах и интернет-форумах	Создавать сегменты целевой аудитории рекламной кампании для более точного таргетирования Определять и оценивать количественные и качественные показатели, связанные с эффективностью социального продвижения, чтобы принимать правильные решения	Увеличение числа пользователей в интернет-сообществе с помощью онлайн-активностей Оценка результатов продвижения в социальных медиа на основе анализа показателей эффективности.
--	--	---	---

6. Учебный план

Объем Программы составляет 252 часа. Учебный план Программы определяет перечень, последовательность, трудоемкость разделов (дисциплин) и формы контроля знаний.

Таблица 6

Учебный план

№ п/ п	Наименование раздела (дисциплины)	Трудоемкость, ак. ч.			Форма контроля
		Всего	Контактная работа	СРС	
1.	Основы алгоритмизации	36	18	18	Экзамен
2.	Функционирование современных социальных медиа	36	18	18	Экзамен
3.	Маркетинг, реклама и связи с общественностью	36	18	18	Зачет с оценкой
4.	Основы создания контента для социальных сетей: фото, видео, инфографика	36	18	18	Зачет
5.	Веб-аналитика	36	18	18	Зачет
6.	Практика	36	30	6	Зачет
7.	Итоговая аттестация	36	2	34	Защита проекта
	ИТОГО:	252	122	130	

7. Календарный учебный график

График учебного процесса представлен в календарном учебном графике, который включает в себя расписание занятий, контрольных работ, экзаменов и итоговой аттестации, распределенных по учебным неделям.

Календарный учебный график (2023/24 учебный год, занятия по понедельникам)

Месяцы	октябрь					ноябрь				декабрь				январь				
Недели	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Дисциплины																		
Входной контроль	+	+																
Основы алгоритмизации	2	2	2	2	2	2	2	2	2									
Функционирование современных социальных медиа	2	2	2	2	2	2	2	2	2									
Маркетинг, реклама и связи с общественностью										4	4	4	4		2			
Промежуточный контроль												+	+					
Основы создания контента для социальных сетей: фото, видео, инфографика															2	4	4	4

Месяцы	февраль				март				апрель					май				июнь			
Недели	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39
Дисциплины																					
Основы создания контента для социальных сетей: фото, видео, инфографика	4																				
Веб-аналитика		4	4	4	4	2															
Практика						2	4	4	4	4	4	4	4								
Итоговый контроль												+	+								
Итоговая аттестация														ИА	ИА	ИА	ИА	ИА	ИА	ИА	ИА

8. Рабочие программы дисциплин, практик, итоговой аттестации

Представлены в виде отдельных документов

9. Формы аттестации и оценочные материалы

Слушатели, которые успешно завершили все компоненты учебного плана, допускаются к итоговой аттестации.

Защита проекта является обязательным условием для прохождения итоговой аттестации по Программе

Диплом о профессиональной переподготовке выдается тем, кто успешно освоил Программу и прошел итоговую аттестацию в рамках проекта «Цифровые кафедры» путем защиты своего проекта.

Выдача диплома о профессиональной переподготовке при освоении ДПП ПП параллельно с получением высшего образования производится после получения соответствующего документа об образовании и квалификации, за исключением лиц со средним профессиональным или высшим образованием.

Лицам, которые не прошли итоговую аттестацию или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, а также тем, кто не закончил Программу или был отчислен из Института, выдается справка об обучении или периоде обучения в соответствии с требованиями, установленными Институту.

Контроль знаний, полученных слушателями при освоении Программы, осуществляется в следующих формах:

- текущий контроль успеваемости – обеспечивает оценивание хода освоения дисциплин Программы, проводится в форме, определенной в рабочих программах дисциплин;
- промежуточная аттестация – завершает изучение дисциплины Программы, проводится в форме, определенной в рабочих программах дисциплин;
- итоговая аттестация – завершает изучение Программы, форма и оценочные материалы приведены в программе итоговой аттестации.

10. Организационно-педагогические условия

Реализация Программы обеспечивает получение компетенций, необходимых для приобретения новой квалификации SMM-специалист в театральной сфере.

Учебный процесс организуется с инновационных технологий и методик обучения, способных обеспечить получение слушателями знаний, умений и навыков, определенных в

разделе 5 настоящей Программы применительно к области культуры, искусства (в сферах: сценических искусств; киноискусства; творческой деятельности).

Реализация Программы обеспечивается научно-педагогическими кадрами Университета и привлеченными к образовательному процессу высококвалифицированными специалистами ИТ-сферы и дополнительного профессионального образования в части, касающейся профессиональных компетенций с обязательным участием представителей профильных организаций-работодателей.

Кадровые условия реализации Программы соответствуют «Требованиям к дополнительным профессиональным программам (программам профессиональной переподготовки) ИТ-профиля, реализуемым в рамках проекта «Цифровые кафедры» образовательными организациями высшего образования - участниками программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030» для получения студентами дополнительной квалификации по ИТ-профилю в рамках федерального проекта «Развитие кадрового потенциала ИТ-отрасли» национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» (редакция апрель 2023г.)

11. Материально-техническое обеспечение

Материально-техническая база включает в себя комплекс аудиторий, соответствующих требованиям СанПиН 2.4.3648-20 и СанПиН 1.2.3685-21 (Постановления Главного государственного санитарного врача РФ от 28.09.2020, № 28 и от 28.01.2021 № 2), оснащенных необходимым оборудованием, аппаратурой, а также программным обеспечением, что позволяет в полной мере реализовать учебный процесс:

1. Ноутбук с выходом в Интернет.
2. Интерактивная панель Newline.

12. Список рекомендуемой литературы

12.1. Основная литература:

1. Акулич М. В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров [Текст] / М. В. Акулич. – М.: Дашков и К, 2019. – 352 с.
2. Гогохия, И. Продвижение в Telegram, WhatsApp, Skype и других мессенджерах [Текст] /И. Гогохия. – М.: Бомбора. – 2019. – 320 с.
3. Дин, Т. Интернет-маркетинг с нуля: как увеличить прибыли [Текст] / Т. Дин, Л. Федорова. – М.: Омега-Л, 2016. – 223 с.
4. Кеннеди Д., Уэлш-Филлипс К. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум [Текст] / Д. Кеннеди, К. Уэлш-Филлипс. – М.: Альпина Пабlishер, 2019. – 344 с.

5. Кингснорт, С. Стратегия цифрового маркетинга. Интегрированный подход к онлайн-маркетингу. Руководство [Текст] / С. Кингснорт. – М.: Олимп-Бизнес, 2019. – 416 с.
6. Князева А. Е., Овчинников И. А., Апфельбаум С. М., Симурзина Е. Н., Фокин А. И. Маркетинг спектакля: реклама и продвижение, продажа билетов, организация премьеры. – М.: Российский институт театрального искусства – ГИТИС, 2020. – 192 с.
7. Котлер Ф., Шефф Д. Все билеты проданы. Стратегии маркетинга исполнительских искусств. – М.: Классика-XXI, 2012. – 688 с.
8. Румянцев, Д. Продвижение бизнеса в ВКонтакте. Системный подход [Текст] / Д. Румянцев. – СПб.: Питер, 2019. – 336 с.
9. Сенаторов, А. Битва за подписчика в «ВКонтакте». SMM-руководство [Текст] / А. Сенаторов. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 168 с.
10. Смолина, В. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях [Текст] / В. Смолина. – М.: Инфра-Инженерия», 2019. – 252 с.
11. Соболева, Л. Феномен «Инстаграма». 2.0. Все новые фишки [Текст] / Л. Соболева. – М.: АСТ, 2018. – 272 с.
12. Твердохлебова, М.Д. Интернет-маркетинг. Учебник [Текст] / Твердохлебова М.Д. – М.: КноРус, 2020. – 192 с.

12.2. Дополнительная литература:

1. Ашманов, И. Оптимизация и продвижение в поисковых системах [Текст] / И. Ашманов. – СПб.: Питер, 2019. – 512 с.
2. Барышев, А.В. Интернет для b2b-маркетинга: новый канал сбыта и эффективное средство коммуникаций [Текст] / А.В Барышев // Индустриальный и b2b маркетинг. – 2018. – № 3. – С.60-67.
3. Бердышев, С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы. Практическое пособие [Текст] / С.Н. Бердышев. – М.: Дашков и К, 2018. – 120 с.
4. Вандербильт, Т. ЦА. Как найти свою целевую аудиторию и стать для неё магнитом [Текст] / Т. Вандербильт. – М.: Бомбора, 2019. – 304 с.
5. Вертайм, К. Цифровой маркетинг. Как увеличить продажи с помощью социальных сетей, блогов, вики-ресурсов, мобильных телефонов и других современных технологий [Текст] / К. Вертайм, Я. Фенвик. – М.: Юрайт: Альпина Паблишер, 2017. – 374 с.
6. Винарский, Я.С. Web-аппликации в Интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение: Практическое пособие [Текст] / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. – М.: Инфра-М, 2017. – 304 с.

7. Голубков, Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст] / Е. П. Голубков. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 474 с.
8. Горбунова, О.Н. Создание интернет-ресурса как одна из форм информатизации бизнеса [Текст] / О.Н. Горбунова, Э.Н. Юнкова, Д.А. Андреев // Синергия Наук. – 2018. – № 20. – С. 236-246.
9. Дисимбаева, Н.В. Перспективы Instagram для интернет-бизнеса [Текст] / Н.В. Дисимбаева, А.Б. Губашева // Student research: в 2 ч. – 2018. – С. 124-126.
10. Домнин, В.Н. Брендинг: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры [Текст] / В.Н. Домнин. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 411 с.
11. Емельянов, С. М. Теория и практика связей с общественностью: учебное пособие для академического бакалавриата [Текст] / С. М. Емельянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2019. – 197 с.
12. Загребельный, Г. Performance-маркетинг. Заставьте интернет работать на вас [Текст] / Г. Загребельный. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 270 с.
13. Заррелла, Д. Интернет-маркетинг по науке. Что, где и когда делать для получения максимального эффекта [Текст] / Д. Заррелла. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 240 с.
14. Зеркалий, Н.Г. Использование новых маркетинговых концепций для формирования инструментария современного менеджмента [Текст] / Н.Г. Зеркалий // Менеджмент в России и за рубежом. – 2018. – № 6. – С. 3-11.
15. Карнеги Д. Искусство завоевывать друзей и оказывать влияние на людей, эффективно общаться и расти как личность. – М.: АСТ, 2017. – 224 с.
16. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата [Текст] / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – М.: Юрайт, 2019. – 486 с.
17. Коротков А. В. Маркетинговые исследования: учебник для бакалавров [Текст] / А. В. Коротков. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 595 с.
18. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс [Текст] / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2019. – 496 с.
19. Манелова, Д. Как зарабатывают в Instagram [Текст] / Д. Манелова. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 218 с.
20. Манн, И. Маркетинг без бюджета 50 работающих инструментов [Текст] / И. Манн. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 288 с.
21. Манн, И. Маркетинг на 100%. Ремикс. Как стать хорошим менеджером по маркетингу [Текст] / И. Манн. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 240 с.

22. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ. (Бакалавриат). Учебник и практикум [Текст] / Скоробогатых И.И. под общ. ред., Ефимова Д.М. под общ. ред., Гринева О.О. и др. – М.: КноРус, 2019. – 570 с.
23. Моуат, Д. Видеомаркетинг. Стратегия, контент, производство [Текст] / Д. Моуат. – М.: Альпина Паблишер, 2019. – 402 с.
24. Назайкин, А.Н. Современное медиапланирование: учебное пособие[Текст] / А.Н. Назайкин. – Серия: Академия рекламы. 4-е изд., доп. – М.: Солон-Пресс, 2019. – 447 с.
25. Роулс, Д. Мобильный маркетинг. Мобильные технологии – революция в маркетинге, коммуникациях и рекламе [Текст] / Д. Роулс. – М.: Олимп-Бизнес, 2019. – 296 с.