

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ»



Утверждаю
Декан ФИСТ

Ж.В. Игнатенко

«19» мая 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Цифровой маркетинг

Направление подготовки: 09.03.03 Прикладная информатика

Направленность (профиль) программы: Цифровизация экономической деятельности

Квалификация выпускника: Бакалавр

Форма обучения: очная, заочная

Год начала подготовки – 2023

Разработана

Канд. пед. наук, доцент, зав. кафедрой
Ж.В. Игнатенко

Согласована

зав. кафедрой ПИМ
Ж.В. Игнатенко

Рекомендована

на заседании кафедры ПИМ

от «19» мая 2023 г.

протокол № 9

Зав. кафедрой Ж.В. Игнатенко

Одобрена

на заседании учебно-методической

комиссии ФИСТ

от «19» мая 2023 г.

протокол № 9

Председатель УМК Ж.В. Игнатенко

Ставрополь, 2023 г.

Содержание

1. Цели освоения дисциплины	3
2. Место дисциплины в структуре опоп.....	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
4. Объем дисциплины и виды учебной работы	3
5. Содержание и структура дисциплины.....	5
5.1. Содержание дисциплины.....	5
5.2. Структура дисциплины	5
5.3. Занятия семинарского типа	6
5.4. Курсовой проект (курсовая работа, реферат, контрольная работа).....	7
5.5. Самостоятельная работа	7
6. Образовательные технологии.....	7
7. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	8
7.1. Оценочные средства, критерии и шкала оценки	9
7.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания.....	15
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	17
8.1. Основная литература.....	17
8.2. Дополнительная литература	17
8.3. Программное обеспечение.....	17
8.4. Профессиональные базы данных	17
8.5. Информационные справочные системы.....	17
8.6. Интернет-ресурсы.....	17
8.7. Методические указания по освоению дисциплины	18
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	23
10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья	23

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью изучения дисциплины «Цифровой маркетинг» является формирование представления студентов с теоретическими и практическими аспектами цифрового маркетинга и его инструментов.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Цифровой маркетинг» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, - Блока 1 «Дисциплины (модули)», обязательная часть и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Цифровая грамотность Информационные системы и облачные технологии Управление электронным бизнесом Информационный менеджмент Информационная безопасность Цифровая экономика Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	Интеллектуальные информационные системы в цифровой экономике Преддипломная практика

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-9 Способен работать в цифровой среде с использованием цифровых технологий для автоматизации бизнес-процессов	ПК-9.1. Определяет методы использования цифровых технологий для автоматизации бизнес-процессов.	Знать: современные тренды цифровой рекламы; основные принципы разработки маркетинговой стратегии в диджитал-среде. Уметь: анализировать основные тенденции рынка и генерировать бизнес-идеи для продвижения в цифровой среде; разрабатывать маркетинговую стратегию с учетом цифровых продуктов.
	ПК-9.2. Применяет цифровые технологии и инструменты работы с информацией для автоматизации бизнес-процессов.	Владеть: навыками использования онлайн сервисов для создания фирменного стиля, разработки логотипа, дизайна мобильных приложений, оформления страниц в социальных сетях и онлайн продвижения.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 180 академических часов.

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместры		
		А		

Контактная работа (всего)	52,5	52,5		
в том числе:				
1) занятия лекционного типа (ЛК)	20	20		
из них				
– лекции	20	20		
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	30	30		
из них				
– семинары (С)	30	30		
– практические занятия (ПР)				
– лабораторные работы (ЛР)				
3) групповые консультации	2	2		
4) индивидуальная работа				
5) промежуточная аттестация	0,5			
Самостоятельная работа (всего) (СР)	127,5	127,5		
в том числе:				
Курсовой проект (работа)				
Расчетно-графические работы				
Контрольная работа				
Реферат				
Самоподготовка	101	101		
Подготовка к аттестации	26,5	26,5		
Общий объем, час	180	180		
Форма промежуточной аттестации (дифференцированный зачет)	Экзам ен	Экзам ен		

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместры		
		В		
Контактная работа (всего)	14,5	14,5		
в том числе:				
1) занятия лекционного типа (ЛК)	6	6		
из них				
– лекции	6	6		
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	8	8		
из них				
– семинары (С)	8	8		
– практические занятия (ПР)				
– лабораторные работы (ЛР)				
3) групповые консультации				
4) индивидуальная работа				
5) промежуточная аттестация	0,5	0,5		
Самостоятельная работа (всего) (СР)	165,5	165,5		
в том числе:				
Курсовой проект (работа)				
Расчетно-графические работы				
Контрольная работа				
Реферат				
Самоподготовка	157	157		
Подготовка к аттестации	8,5	8,5		

Общий объем, час	180	180		
Форма промежуточной аттестации (дифференцированный зачет)	Экзамен	Экзамен		

5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1	Введение в предметную область цифрового маркетинга	Теоретические основы цифрового маркетинга. История развития цифрового маркетинга. Основные инструменты и каналы продвижения диджитал-маркетинга.
2	Разработка маркетинговой стратегии в диджитал среде	Постановка целей маркетинговой стратегии. Исследование рынка и конкурентов в диджитал среде. Определение целевой аудитории. Выбор инструментов и каналов продвижения в диджитал среде. Планирование бюджета и ресурсов. Постановка тактических показателей KPI.
3	Веб-дизайн. Визуальная идентификация	Основные понятия визуальной идентификации бренда. Виды графического дизайна в цифровой среде. Интернет-брендинг. Этапы создания бренда. Виды графического дизайна в цифровой среде.
4	Основы веб-дизайна для разработки мобильных приложений.	Принципы проектирования дизайна приложений. Основные этапы при разработке дизайна мобильных приложений.
5	Реклама в социальных сетях.	Выбор канала продвижения в диджитал среде. Основные виды рекламы в социальных сетях. Характеристика целевой аудитории и основных форматов рекламы.
6	Роль медиапланирования в диджитал среде. Контент план для социальных сетей.	Медиапланирование в диджитал среде. Контент-план для социальных сетей.
7	Принципы реализации программатик-рекламы на цифровых платформах	Сущность программатик-рекламы в цифровом маркетинге. Технология программатик-рекламы. Кейс по реализации программатик-рекламы. Разработка стратегии программатик-рекламы.

5.2. Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1	Введение в предметную область цифрового маркетинга	18	2	2	-	-	14
2	Разработка маркетинговой стратегии в диджитал среде	22	4	4	-	-	14
3	Веб-дизайн. Визуальная идентификация	22	4	4	-	-	14
4	Основы веб-дизайна для разработки мобильных приложений.	22	2	6	-	-	14
5	Реклама в социальных сетях.	24	4	6	-	-	14

6	Роль медиапланирования в диджитал среде. Контент план для социальных сетей.	20	2	4	-	-	14
7	Принципы реализации программатик-рекламы на цифровых платформах	23	2	4	-	-	17
	Групповая консультация	2	-	-	-	-	-
	Промежуточная аттестация	27	-	-	-	-	-
	Общий объем	180	20	30	-	-	101

Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1	Введение в предметную область цифрового маркетинга	24	2	-	-	-	22
2	Разработка маркетинговой стратегии в диджитал среде	24	2	-	-	-	22
3	Веб-дизайн. Визуальная идентификация	24	-	2	-	-	22
4	Основы веб-дизайна для разработки мобильных приложений.	26	2	2	-	-	22
5	Реклама в социальных сетях.	24	-	2	-	-	22
6	Роль медиапланирования в диджитал среде. Контент план для социальных сетей.	24	-	2	-	-	22
7	Принципы реализации программатик-рекламы на цифровых платформах	25	-	-	-	-	25
	Групповая консультация	-	-	-	-	-	-
	Промежуточная аттестация	9	-	-	-	-	-
	Общий объем	180	6	8	-	-	157

5.3. Занятия семинарского типа

очная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
1	1	С	Генерация бизнес-идеи	2
2	2	С	Формирование целевой аудитории и разработка маркетинговой стратегии для продвижения	4
3	3	С	Особенности работы в онлайнсервисах при создании собственной торговой марки	4
4	4	С	Разработка дизайна главного экрана мобильного приложения»	6
5	5	С	Создание сообщества в социальной сети (на выбор)	6
6	6	С	Разработка контент-плана для сообщества	4
7	7	С	Настройка таргетинга в сообществе	4

заочная форма обучения

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Количество часов
-------	------------------	-------------	--------------	------------------

1	3	С	Особенности работы в онлайнсервисах при создании собственной торговой марки	4
2	4	С	Разработка дизайна главного экрана мобильного приложения»	6
3	5	С	Создание сообщества в социальной сети (на выбор)	6
4	6	С	Разработка контент-плана для сообщества	4

5.4. Курсовой проект (курсовая работа, реферат, контрольная работа)

не предусмотрен

5.5. Самостоятельная работа

№ раздела	Виды самостоятельной работы	Количество часов ОФО	Количество часов ЗФО
1-2	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка конспектов и презентаций по теме	101	157
1-2	Подготовка к аттестации	27	9

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой и эмпирической информации;
- подготовка, конструирование и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности;
- самостоятельный поиск дополнительного учебного и научного материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети Интернет, электронных энциклопедий и баз данных;
- использование образовательных технологий в рамках ЭИОС для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

Интерактивные и активные образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

№ раздела (темы)	Вид занятия	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов ОФО/ЗФО
1	Л	Лекция с элементами дискуссии, постановкой проблем.	2/2
2	Л	Лекция с элементами дискуссии, постановкой проблем.	2/0
3	Л	Опережающая самостоятельная работа.	2/2

Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Виды работ	Количество часов	
			ОФО	ЗФО

-	-	-	-	-
---	---	---	---	---

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Описание показателей оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины (модуля), и используемые оценочные средства приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели оценивания и оценочные средства для оценивания результатов обучения по дисциплине

Код и наименование формируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Показатели оценивания (результаты обучения)	Процедуры оценивания (оценочные средства)	
			текущий контроль успеваемости	промежуточная аттестация
ПК-9 Способен работать в цифровой среде с использованием цифровых технологий для автоматизации бизнес-процессов	ПК-9.1. Определяет методы использования цифровых технологий для автоматизации бизнес-процессов.	Знать: современные тренды цифровой рекламы; основные принципы разработки маркетинговой стратегии в диджитал-среде.	Контрольные вопросы Тестовое задание	Экзамен (контрольные вопросы, тестовое задание)
	ПК-9.2. Применяет цифровые технологии и инструменты работы с информацией для автоматизации бизнес-процессов.	Уметь: анализировать основные тенденции рынка и генерировать бизнес-идеи для продвижения в цифровой среде; разрабатывать маркетинговую стратегию с учетом цифровых продуктов.	Практическое задание	Экзамен (ситуационная задача)
	ПК-9.2. Применяет цифровые технологии и инструменты работы с информацией для автоматизации бизнес-процессов.	Владеть: навыками использования онлайн сервисов для создания фирменного стиля, разработки логотипа, дизайна мобильных приложений, оформления страниц в социальных сетях и онлайн продвижения.	Практическое задание	Экзамен (ситуационная задача)
ПК-9.1, ПК-9.2				Экзамен

7.1.ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА, КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ

Типовые задания для текущего контроля

Типовые контрольные вопросы для устного опроса при текущем контроле

1. Дайте определение понятию «цифровой маркетинг»
2. Основные отличия цифрового маркетинга от интернет-маркетинга
3. С чего началась история цифрового маркетинга
4. Перечислите основные инструменты цифрового маркетинга
5. В чем заключается особенность создания бизнес-стратегии в цифровой среде?
6. Перечислите основные каналы продвижения в диджитал среде.
7. Какие существуют ресурсы для продвижения товаров/услуг с помощью цифровых технологий?
8. В чем заключаются преимущества цифрового маркетинга?
9. Что представляет собой понятие «маркетинговая стратегия в Диджитал-среде»?
10. Перечислите основные этапы маркетинговой стратегии в Диджитал-среде.
11. Какие существуют уровни целей маркетинговой стратегии в соответствии с методом «деревом целей»?
12. Критерии эффективности целей по методике SMART.
13. Основные этапы маркетингового анализа рынка.
14. Методы исследования рынка в маркетинге.
15. Параметры целевой аудитории.
16. Основные группы параметров целевой аудитории по модели Джеррита Антонидаеса и Фреда ван Рая (GerritAntonidesandW.FredvanRaaij).
17. Особенности выбора каналов продвижения в цифровой среде.
18. Основные этапы бюджетирования маркетинговой стратегии.
19. Основные показатели KPI.
20. Дайте определение понятию «графический дизайн».
21. Что представляет собой визуальная идентификация бренда?
22. Приведите примеры визуальной идентификации бренда.
23. Перечислите основные виды графического дизайна в цифровой среде.
24. Укажите основные особенности моушн-дизайна.
25. Что включает в себя брэнд компании?
26. Охарактеризуйте основные этапы брендинга.
27. В чем отличие логотипа от бренда?
28. Перечислите основные этапы в процессе создания дизайна логотипа
29. Что включает в себя фирменный стиль бренда?
30. Какие существуют онлайн сервисы для разработки логотипа?
31. Укажите основную причину увеличения спроса на разработку мобильных приложений?
32. Какие виды мобильных операционных систем присутствуют на рынке?
33. Перечислите основные критерии при проектировании дизайна мобильного приложения.
34. Укажите основные принципы разработки дизайна мобильного приложения.
35. Раскройте содержание основных этапов при разработке дизай-на мобильных приложений.
36. Дайте определения следующих понятий: «user-flow» и «wireframes».
37. Перечислите основные онлайн сервисы для разработки графического дизайна мобильных приложений.

38. Дайте характеристику основных каналов продвижения товаров и услуг в диджитал-среде.
39. На основе каких уровней маркетинговой стратегии можно выбрать канал продвижения товаров и услуг?
40. Какие существуют виды рекламы в социальных сетях?
41. Основные показатели для оценки эффективности рекламы в социальных сетях.
42. В чем заключаются особенности SMM продвижения?
43. Опишите целевую аудиторию в «ВКонтакте».
44. Перечислите категории товаров, пользующихся наибольшим спросом в социальных сетях.
45. Реклама «ВКонтакте»: целевая аудитория, преимущества продвижения.
46. Дайте характеристику основным форматам рекламы в «ВКонтакте».
47. Особенности рекламы в «Одноклассниках»
48. Перечислите преимущества рекламы в социальных сетях.
49. Дайте определение термина «медиапланирование»?
50. В чем заключаются особенности медиапланирования?
51. Что представляет собой медиаплан?
52. Укажите основные категории и показатели, которые необходимо учесть при составлении медиаплана.
53. Основные стратегии воздействия на потребителя в цифровом маркетинге.
54. Особенности выбора времени показов рекламы на цифровых площадках.
55. Основные виды контента в социальных сетях
56. Характеристики контента в социальных сетях
57. Период размещения контента в социальных сетях в зависимости от времени и активности аудитории.
58. Основные элементы контент-плана.
59. Что представляет собой программатик-реклама?
60. В чем заключаются основные отличия программатик-рекламы и интернет-рекламы.
61. Перечислите алгоритм работы RTB торгов.
62. Состав экосистемы программатик-рекламы.
63. Роль баз данных о пользователях при реализации программатик-рекламы
64. Основные типы данных о пользователях в диджитал-среде
65. Перечислите компании, которые являются лидерами автоматизированной закупки рекламы.
66. Основные этапы разработки стратегии программатик-рекламы
67. Какие существуют форматы программатик-рекламы?
68. Каким способом можно настроить таргетинг для программатик-рекламы?

Критерии шкалы оценки устного опроса

отлично	1) студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий; 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; 3) излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
хорошо	студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки, но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом

	оформлении излагаемого.
удовлетворительно	студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но: 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
неудовлетворительно	студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка «неудовлетворительно» отмечает такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Типовые тестовые задания

1. Задача бренда в цифровом маркетинге:

Выберите один правильный ответ

идентификация продукции

определение сходства с конкурентами

формирование негативного отношения к компании

создание непривлекательного образа

2. На этапе планирования проекта разработки бренда:

Выберите один правильный ответ

определяется круг ответственных за выполнение проекта лиц

осуществляется поиск исполнителя и контроль выполнения работ

составляется техническое задание на разработку элементов бренда

осуществляется продвижение бренда в цифровой среде

3. Таргетинг предполагает, что Интернет, как среда для брендинга, позволяет ...

Выберите один правильный ответ

узнать процент отказов посетителей

работать только с нужной целевой аудиторией

спрогнозировать соотношение количества нажатий и просмотров баннеров

напрямую общаться с потребителями

4. Одним из преимуществ Интернета для брендинга является:

Выберите один правильный ответ

слишком высокая стоимость

возможность отслеживания статистики

невозможность прямого общения с потребителями

невозможность получения мгновенной обратной связи

5. Систематический поиск, сбор, анализ и представление данных и сведений о рыночной ситуации – это ...

Выберите один правильный ответ

ребрендинг

маркетинговое исследование

контент-маркетинг

эмоциональный маркетинг

Критерии и шкала оценки тестового задания

Оценка	Характеристики ответа студента
Зачтено	Оценка «зачтено» выставляется, если студент успешно ответил на тестовые вопросы больше 50%.
Не зачтено	Оценка «не зачтено» выставляется, если студент прошел тестирование и не набрал 50%.

Типовые практические задания

ТЕМА: Генерация бизнес-идеи, выбор проекта для продвижения в диджитал-среде

1. Продумать бизнес-идею для продвижения в цифровой среде, сформулировать ее краткое описание.

2. Где найти идею для бизнеса: ваш телефон, запросы в Яндекс и Google, социальные сети, ваш дом, торгово-развлекательные центры и магазины.

Пример: ALLAIR – мобильное приложение для аэропортов, которое позволит перемещаться по незнакомым аэропортам мира с информацией в реальном времени. Возможности проекта: онлайн карта всех аэропортов, а также, навигация по ней; онлайн услуги аэропорта (онлайн-табло, вiрусслуги); онлайн сервисы (покупка билетов, заказ такси, каршеринг); портал рзвлекательных услуг.

Критерии и шкала оценивания практических заданий (работ)

отлично	студент самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, используя понятия дисциплины.
хорошо	студент самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, используя понятия дисциплины.
удовлетворительно	студент в основном решил учебно-профессиональную задачу, допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение, используя в основном понятия дисциплины.
неудовлетворительно	ставится, если: студент не решил учебно-профессиональную задачу.

Типовые задания для промежуточной аттестации

Перечень типовых контрольных вопросов для устного опроса на промежуточной аттестации (экзамен)

1. Что такое цифровой маркетинг?
2. История развития цифрового маркетинга.
3. Основные инструменты и каналы продвижения диджитал-маркетинга.
4. Постановка целей маркетинговой стратегии.
5. Исследование рынка и конкурентов в диджитал среде.
6. Определение целевой аудитории.
7. Выбор инструментов и каналов продвижения в диджитал среде.
8. Планирование бюджета и ресурсов.
9. Постановка тактических показателей KPI.
10. Основные понятия визуальной идентификации бренда.

11. Виды графического дизайна в цифровой среде.
12. Интернет-брендинг.
13. Этапы создания бренда.
14. Виды графического дизайна в цифровой среде.
15. Принципы проектирования дизайна приложений.
16. Основные этапы при разработке дизайна мобильных приложений.
17. Выбор канала продвижения в диджитал среде.
18. Основные виды рекламы в социальных сетях.
19. Характеристика целевой аудитории и основных форматов рекламы.
20. Медиапланирование в диджитал среде.
21. Контент-план для социальных сетей.
22. Сущность программатик-рекламы в цифровом маркетинге.
23. Технология программатик-рекламы.
24. Кейс по реализации программатик-рекламы.
25. Разработка стратегии программатик-рекламы.

Тестовые задания для промежуточной аттестации

1. Систематический поиск, сбор, анализ и представление данных и сведений о рыночной ситуации – это ...

Выберите один правильный ответ

ребрендинг

маркетинговое исследование

контент-маркетинг

эмоциональный маркетинг

2. Проверка гипотезы о наличии некоторой причинно-следственной связи - это ...

Выберите один правильный ответ

прогнозная цель маркетингового исследования

тестовая цель маркетингового исследования

описательная цель маркетингового исследования

каузальная цель маркетингового исследования

3.

- это сегменты людей, заинтересованных в продукте.

Выберите из выпадающего списка правильный ответ

4.

- это маркетинговый инструмент, позволяющий выделить целевую

аудиторию по определенным критериям и показать рекламу.

Выберите из выпадающего списка правильный ответ

5. Психотип потребителя в социальной сети «гипертим» - это...

Выберите один правильный ответ

странный и отрешенный

переживающий за всех

вечный ребёнок

любитель самодемонстрации

Критерии и шкала оценки тестового задания

Оценка	Характеристики ответа студента
--------	--------------------------------

Зачтено	Оценка «зачтено» выставляется, если студент успешно ответил на тестовые вопросы больше 50%.
Не зачтено	Оценка «не зачтено» выставляется, если студент прошел тестирование и не набрал 50%.

Перечень типовых ситуационных задач для промежуточной аттестации

Задание 1. Что из этого списка является одним из видов бренда: зонтичный, сумчатый, листовой, чемоданный?

Задание 2. Каковы задачи бренда в цифровом маркетинге, какой ответ правильный: идентификация продукции; определение сходства с конкурентами; формирование негативного отношения к компании; создание непривлекательного образа?

Задание 3. Что происходит на этапе планирования проекта разработки бренда, какой ответ правильный: определяется круг ответственных за выполнение проекта лиц; осуществляется поиск исполнителя и контроль выполнения работ; составляется техническое задание на разработку элементов бренда; осуществляется продвижение бренда в цифровой среде?

Задание 4. Таргетинг предполагает, что Интернет, как среда для брендинга, позволяет...какой ответ правильный: узнать процент отказов посетителей; работать только с нужной целевой аудиторией; спрогнозировать соотношение количества нажатий и просмотров баннеров; напрямую общаться с потребителем?

Задание 5. Одним из преимуществ Интернета для брендинга является, какой ответ правильный: слишком высокая стоимость; возможность отслеживания статистики; невозможность прямого общения с потребителями; невозможность получения мгновенной обратной связи?

Критерии и шкала оценки экзамена по дисциплине

Оценка	Характеристики ответа обучающегося
Отлично	<ul style="list-style-type: none"> - студент глубоко и всесторонне усвоил программный материал; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения; - свободно владеет системой понятий по дисциплине; - правильно решил ситуационную задачу.
Хорошо	<ul style="list-style-type: none"> - студент твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью; - аргументирует научные положения; - делает выводы и обобщения; - владеет системой понятий по дисциплине; - правильно решил ситуационную задачу.

Удовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> - студент усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении знаний; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений; - частично владеет системой понятий по дисциплине; - с затруднениями решил ситуационную задачу.
Неудовлетворительно	<ul style="list-style-type: none"> - студент не усвоил значительной части программного материала; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений; - не решил ситуационную задачу

7.2.МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ,ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках текущего контроля успеваемости

С целью определения уровня овладения компетенциями, закрепленными за дисциплиной, в заданные преподавателем сроки проводится текущий контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося.

Краткая характеристика процедуры реализации текущего контроля для оценки компетенций обучающихся представлена в таблице.

Процедураоценивания	Организациядеятельностиобучающегося
Устный опрос	<p>Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.</p> <p>Развернутый ответ обучающегося должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях.</p> <p>Показатели для оценки устного ответа: 1) знание материала; 2) последовательность изложения; 3) владение речью и профессиональной терминологией; 4) применение конкретных примеров; 5) знание ранее изученного материала; 6) уровень теоретического анализа; 7) степень самостоятельности; 8) степень активности в процессе; 9) выполнение регламента. Уровень знаний обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».</p>
Выполнение тестовых заданий	Это средство контроля полноты усвоения понятий, представлений, существенных положений отдельных тем

	<p>(разделов) дисциплины.</p> <p>Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: осуществляется по вариантам; количество вопросов в каждом варианте –10-15; отведенное время– 90 мин. Решение заданий в тестовой форме проводится в течение изучения дисциплины.</p> <p>Для подготовки к данному оценочному мероприятию студенты должны изучить разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, и теоретические источники для подготовки.</p> <p>При проведении тестирования, студенту запрещается пользоваться дополнительной литературой.</p>
Практическое задание	<p>Оценочное средство, включающее совокупность условий, направленных на выполнение практического задания с целью формирования компетенций, соответствующих основным типам профессиональной деятельности.</p> <p>Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: оценку правильности выполнения практического задания</p>

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

Экзамен – это форма промежуточной аттестации по дисциплине, задачей которой является комплексная оценка уровней достижения планируемых результатов обучения по дисциплине.

Экзамен по дисциплине включает в себя: ответ на контрольный вопрос, тестовое задание и одну ситуационную задачу.

Контрольный вопрос	<p>Контрольный вопрос — это средство контроля усвоения учебного материала дисциплины.</p> <p>Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: беседу преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме дисциплины.</p>
Тестовое задание	<p>Оценочное средство, варьирующееся по элементам содержания и по трудности, единица контрольного материала, сформулированная в утвердительной форме предложения с неизвестным. Подстановка правильного ответа вместо неизвестного компонента превращает задание в истинное высказывание, подстановка неправильного ответа приводит к образованию ложного высказывания, что свидетельствует о незнании студентом данного учебного материала.</p>

Ситуационная задача	Оценочное средство, включающее совокупность условий, направленных на решение практически значимой ситуации с целью формирования компетенций, соответствующих основным типам профессиональной деятельности. Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: оценку правильности решения задач, разбор результатов. В случае вариативности решения задачи следует обосновать все возможные варианты решения.
---------------------	--

После окончания ответа преподаватель объявляет обучающемуся оценку по результатам экзамена, а также вносит эту оценку в зачетно-экзаменационную ведомость, зачетную книжку.

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося определяется оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

8.1. Основная литература

1. Хуссейн, И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 68 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15010-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520372>

2. Кадацкая, Д. В. Основы цифрового маркетинга в период трансформации экономики : учебное пособие / Д. В. Кадацкая. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-361-00833-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110192.html>

8.2. Дополнительная литература

1. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 563 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15935-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/510301>

8.3. Программное обеспечение

MicrosoftWindows, Яндекс 360, MicrosoftOfficeProfessionalPlus 2019, GoogleChrome, Яндекс.Браузер.



8.4. Профессиональные базы данных

1. «База данных IT-специалиста» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://info-comp.ru/>

2. База данных программного обеспечения Oracle [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.oracle.com/ru/index.html>

8.5. Информационные справочные системы

1С: Библиотека - <https://www.sksi.ru/environment/eor/library/>

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>

Поисковые системы

Поисковая система Яндекс- <https://www.yandex.ru/>

Поисковая система Rambler – <https://www.rambler.ru/>

8.6. Интернет-ресурсы

1 Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

2 ООО «Электронное издательство Юрайт». Образовательная платформа Юрайт -<https://urait.ru/>

3. Национальный открытый университет Интуит – интернет университет информационных технологий [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.intuit.ru/>

4. Маркетинговые исследования в области ИТ Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/mr/it/index.htm>

8.7. Методические указания по освоению дисциплины

Методические указания для подготовки к лекции

Аудиторные занятия планируются в рамках такой образовательной технологии, как проблемно-ориентированный подход с учетом профессиональных и личностных особенностей обучающихся. Это позволяет учитывать исходный уровень знаний обучающихся, а также существующие технические возможности обучения.

Методологической основой преподавания дисциплины являются научность и объективность.

Лекция является первым шагом подготовки обучающихся к практическим занятиям. Проблемы, поставленные в ней, на практическом занятии приобретают конкретное выражение и решение.

Преподаватель на вводной лекции определяет структуру дисциплины, поясняет цели и задачи изучения дисциплины, формулирует основные вопросы и требования к результатам освоения. При проведении лекций, как правило, выделяются основные понятия и определения. При описании закономерностей обращается особое внимание на сравнительный анализ конкретных примеров.

На первом занятии преподаватель доводит до обучающихся требования к текущей и промежуточной аттестации, порядок работы в аудитории и нацеливает их на проведение самостоятельной работы с учетом количества часов, отведенных на нее учебным планом по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика и рабочей программой по дисциплине (п. 5.5).

Рекомендуя литературу для самостоятельного изучения, преподаватель поясняет, каким образом максимально использовать возможности, предлагаемые библиотекой АНО ВО СКСИ, в том числе ее электронными ресурсами, а также делает акцент на привлечение ресурсов сети Интернет и профессиональных баз данных для изучения практики.

Выбор методов и форм обучения по дисциплине определяется:

- общими целями образования, воспитания, развития и психологической подготовки обучающихся;
- особенностями учебной дисциплины и спецификой ее требований к отбору дидактических методов;
- целями, задачами и содержанием материала конкретного занятия;
- временем, отведенным на изучение того или иного материала;
- уровнем подготовленности обучающихся;
- уровнем материальной оснащенности, наличием оборудования, наглядных пособий, технических средств.

Лекции дают обучающимся систематизированные знания по дисциплине, концентрируют их внимание на наиболее сложных и важных вопросах.

Лекции обычно излагаются в традиционном или в проблемном стиле (интерактивном). Интерактивный стиль позволяет стимулировать активную познавательную деятельность обучающихся и их интерес к дисциплине, формировать творческое мышление, прибегать к противопоставлениям и сравнениям, делать обобщения, активизировать внимание обучающихся путем постановки проблемных вопросов, поощрять дискуссию. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, выводы и практические рекомендации.

В конце лекции делаются выводы и определяются задачи на самостоятельную работу. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть того или иного явления или процессов, научные выводы и практические рекомендации. В случае недопонимания какой-либо части предмета следует задать вопрос в установленном порядке преподавателю.

Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

Подготовленный конспект и рекомендуемая литература используются при подготовке к и практическим занятиям. Подготовка сводится к внимательному прочтению учебного материала, к выводу с карандашом в руках всех утверждений, к решению примеров, задач, к ответам на вопросы. Примеры, задачи, вопросы по теме являются средством самоконтроля.

Методические указания по подготовке к практическим работам

Целью практических работ является углубление и закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в процессе самостоятельного изучения учебного материала, а, следовательно, формирование у них определенных умений и навыков.

В ходе подготовки к практическим работам необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем задания. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы. Желательно при подготовке к практическим работам по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Методические указания для выполнения самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся заключается:

В целях наиболее эффективного изучения дисциплины подготовлены различные задания, различающиеся по преследуемым целям.

Задания представлены – 1) контрольными вопросами, предназначенными для самопроверки; 2) письменными заданиями, включающими задачи и задание.

Задачи самостоятельной внеаудиторной работы обучающихся заключаются в продолжении изучения теоретического материала дисциплины и в развитии навыков самостоятельного анализа литературы.

I. Самостоятельное теоретическое обучение предполагает освоение студентом во внеаудиторное время рекомендуемой преподавателем основной и дополнительной литературы. С этой целью обучающимся рекомендуется постоянно знакомиться с классическими теоретическими источниками по темам дисциплины, а также с новинками литературы, статьями в периодических изданиях, справочных правовых системах.

Для лучшего понимания материала целесообразно осуществлять его конспектирование с возможным последующим его обсуждением на практических занятиях, на научных семинарах и в индивидуальных консультациях с преподавателем. Формы конспектирования материала могут быть различными:

1) обобщение – при подготовке такого конспекта студентом осуществляется анализ и обобщение всех существующих в доктрине подходов по выбранному дискуссионному вопросу раздела, в том числе, дореволюционных ученых, ученых советского и современного периода развития. Основная задача обучающегося заключается не только в изложении точек зрения по исследуемому вопросу, но и в выражении собственной позиции с соответствующим развернутым теоретическим обоснованием.

2) рецензия – при подготовке такого конспекта студентом осуществляется рецензирование выбранного источника по изучаемому дискуссионному вопросу, чаще всего, статьи и периодическом издании, тезисов выступления на конференции либо главы из монографии. Для этого студентом дается оценка содержанию соответствующего источника по следующим параметрам: актуальность выбранной темы, в том числе убедительность обоснования актуальности исследования автором; соответствие содержания работы ее названию; логичность, системность и аргументированность (убедительность) выводов автора; научная добросовестность (наличие ссылок на использованные источники, самостоятельность исследования, отсутствие фактов недобросовестных заимствований текстов, идей и т.п.); научная новизна и др.

Формами контроля за самостоятельным теоретическим обучением являются теоретические опросы, которые осуществляются преподавателем на практических занятиях в устной форме, преследующие цель проверки знаний обучающихся по основным понятиям и терминам по теме дисциплины. В случае представления студентом выполненного им в письменном виде конспекта по предложенным вопросам темы, возможна его защита на практическом занятии или в индивидуальном порядке.

II. Ключевую роль в планировании индивидуальной траектории обучения по дисциплине играет *опережающая самостоятельная работа* (ОПС). Такой тип обучения предлагается в замену традиционной репродуктивной самостоятельной работе (самостоятельное повторение учебного материала и рассмотренных на занятиях алгоритмов действий, выполнение по ним аналогичных заданий). ОПС предполагает следующие виды самостоятельных работ:

познавательная-поисковая самостоятельная работа, предполагающая подготовку докладов, выступлений на практических занятиях, подбор литературы по конкретной проблеме, написание рефератов и др.;

творческая самостоятельная работа, к которой можно отнести выполнение специальных творческих и нестандартных заданий. Задача преподавателя на этапе планирования самостоятельной работы – организовать ее таким образом, чтобы максимально учесть индивидуальные способности каждого обучающегося, развить в нем познавательную потребность и готовность к выполнению самостоятельных работ все более высокого уровня. Студенты, приступая к изучению тем, должны применить свои навыки работы с библиографическими источниками и рекомендуемой литературой, умение четко формулировать свою собственную точку зрения и навыки ведения научных дискуссий. Все подготовленные и представленные тексты должны являться результатом самостоятельной информационно-аналитической работы обучающихся. На их основе студенты готовят материалы для выступлений в ходе практических занятий.

Подготовка к устному опросу

Самостоятельная работа обучающихся включает подготовку к устному опросу на практических занятиях. Для этого студент изучает лекции, основную и дополнительную литературу, публикации, информацию из Интернет-ресурсов. Кроме того, изучению должны быть подвергнуты различные источники информации.

Тема и вопросы к практическим занятиям по дисциплине доводятся до обучающихся заранее. Эффективность подготовки обучающихся к устному опросу зависит от качества ознакомления с рекомендованной литературой. Для подготовки к устному опросу студенту необходимо ознакомиться с материалом, посвященным теме практического занятия, в рекомендованной литературе, записях с лекционного занятия, обратить внимание на усвоение основных понятий дисциплины, выявить неясные вопросы и подобрать дополнительную литературу для их освещения, составить тезисы выступления

по отдельным проблемным аспектам. В среднем, подготовка к устному опросу по одному практическому занятию занимает от 2 до 4 часов в зависимости от сложности темы и особенностей организации студентом своей самостоятельной работы.

Методические указания по подготовке к тестированию

Выполнение тестовых заданий предоставляет обучающимся возможность самостоятельно контролировать уровень своих знаний, обнаруживать пробелы в знаниях и принимать меры по их ликвидации. Форма изложения тестовых заданий позволяет закрепить и восстановить в памяти пройденный материал. Для формирования заданий использована как закрытая, так и открытая форма. У обучающегося есть возможность выбора правильного ответа или нескольких правильных ответов из числа предложенных вариантов. Для выполнения тестовых заданий студенты должны изучить лекционный материал по теме, соответствующие разделы учебников, учебных пособий и других источников.

Если какие-то вопросы вынесены преподавателем на самостоятельное изучение, следует обратиться к учебной литературе, рекомендованной преподавателем в качестве источника сведений. Также при подготовке к тестированию следует просмотреть конспект практических занятий и выделить в практические задания, относящиеся к данному разделу. Если задания на какие-то темы не были разобраны на занятиях (или решения которых оказались не понятными), следует обратиться к учебной литературе, рекомендованной преподавателем в качестве источника сведений. Полезно самостоятельно решить несколько типичных заданий по соответствующему разделу.

Методические указания к подготовке и проведению лекции с элементами дискуссии, постановкой проблем

Правильно организованная дискуссия проходит три стадии развития: ориентация, оценка и консолидация.

На первой стадии вырабатывается определенная установка на решение поставленной проблемы. При этом перед преподавателем (организатором дискуссии) ставятся следующие задачи:

1. Сформулировать проблему и цели дискуссии. Для этого надо объяснить, что обсуждается, что должно дать обсуждение.

2. Создать необходимую мотивацию, т.е. изложить проблему, показать ее значимость, выявить в ней нерешенные и противоречивые вопросы, определить ожидаемый результат (решение).

3. Установить регламент дискуссии, а точнее, регламент выступлений, так как общий регламент определяется продолжительностью практического занятия.

4. Сформулировать правила ведения дискуссии, основное из которых — выступить должен каждый.

5. Добиться однозначного семантического понимания терминов, понятий и т.п.

Вторая стадия — стадия оценки — обычно предполагает ситуацию сопоставления, конфронтации и даже конфликта идей. На этой стадии перед преподавателем ставятся следующие задачи:

1. Начать обмен мнениями, что предполагает предоставление слова конкретным участникам.

2. Собрать максимум мнений, идей, предложений. Для этого необходимо активизировать каждого обучающегося. Выступая со своим мнением, студент может сразу внести свои предложения, а может сначала просто выступить, а позже сформулировать свои предложения.

3. Не уходить от темы, что требует некоторой твердости организатора, а иногда даже авторитарности. Следует тактично останавливать отклоняющихся, направляя их в заданное «русло»,

4. Поддерживать высокий уровень активности всех участников. Не допускать чрезмерной активности одних за счет других, соблюдать регламент, останавливать затянувшиеся монологи, подключать к разговору всех присутствующих обучающихся.

5. Оперативно проводить анализ высказанных идей, мнений, позиций, предложений перед тем, как переходить к следующему витку дискуссии. Такой анализ, предварительные выводы или резюме целесообразно делать через определенные интервалы (каждые 10—15 минут), подводя при этом промежуточные итоги.

6. В конце дискуссии предоставить право обучающимся самим оценить свою работу (рефлексия).

Третья стадия — стадия консолидации — предполагает выработку определенных единых или компромиссных мнений, позиций, решений. На этом этапе осуществляется контролирующая функция. Задачи, которые должен решить преподаватель, можно сформулировать следующим образом:

1. Проанализировать и оценить проведенную дискуссию, подвести итоги, результаты. Для этого надо сопоставить сформулированную в начале дискуссии цель с полученными результатами, сделать выводы, вынести решения, оценить результаты, выявить их положительные и отрицательные стороны.

2. Помочь участникам дискуссии прийти к согласованному мнению, чего можно достичь путем внимательного выслушивания различных толкований, поиска общих тенденций для принятия решений.

3. Принять групповое решение совместно с участниками. При этом следует подчеркнуть важность разнообразных позиций и подходов.

4. В заключительном слове подвести группу к конструктивным выводам, имеющим познавательное и практическое значение.

Составной частью любой дискуссии является процедура *вопросов и ответов*.

С функциональной точки зрения, все вопросы можно разделить на две группы:

• *Уточняющие (закрытые)* вопросы, направленные на выяснение истинности или ложности высказываний, грамматическим признаком которых обычно служит наличие в предложении частицы «ли», например: «Верно ли что?», «Правильно ли я понял, что?». Ответить на такой вопрос можно только «да» или «нет».

• *Восполняющие (открытые)* вопросы, направленные на выяснение новых свойств или качеств интересующих нас явлений, объектов. Их грамматический признак — наличие вопросительных слов: *что, где, когда, как, почему* и т.д.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

Экзамен — это форма промежуточной аттестации, задачей которой является комплексная оценка уровней достижения планируемых результатов обучения по дисциплине.

При подготовке к экзамену необходимо повторить конспекты лекций по всем разделам дисциплины. На зачете студент должен подтвердить усвоение учебного материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины, а также продемонстрировать приобретенные навыки адаптации полученных теоретических знаний к своей профессиональной деятельности. Экзамен проводится в форме устного собеседования по контрольным вопросам, выполнением тестовых заданий, а также обучающемуся необходимо решить ситуационную задачу.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины требуется следующее материально-техническое обеспечение (специальные помещения):

- для проведения занятий лекционного типа
учебная аудитория, оснащенная учебной мебелью, оборудованная проектором, ПК, экраном, доской.
- для проведения занятий семинарского типа, практических занятий
учебная аудитория, оснащенная учебной мебелью, оборудованная проектором, ПК, экраном, доской.
- для проведения, текущего контроля и промежуточной аттестации
учебная аудитория, оснащенная учебной мебелью, оборудованная проектором, ПК, экраном, доской.
- для групповых и индивидуальных консультаций
учебная аудитория, оснащенная учебной мебелью, оборудованная проектором, ПК, экраном, доской.
- для самостоятельной работы:
помещение, оснащенное компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Института

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ЛИЦАМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, услуги ассистента (тьютора), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков. Организация обеспечивает печатными и/или электронными образовательными ресурсами в формах адаптированных к ограничениям их здоровья.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано совместно с другими обучающимися, а также в отдельных группах.

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

В целях доступности получения высшего образования по образовательной программе лицами с ограниченными возможностями здоровья при освоении дисциплины обеспечивается:

- 1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:
 - присутствие тьютора, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - письменные задания, а также инструкции о порядке их выполнения оформляются увеличенным шрифтом,

- специальные учебники, учебные пособия и дидактические материалы (имеющие крупный шрифт или аудиофайлы),
 - индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс,
 - при необходимости студенту для выполнения задания предоставляется увеличивающее устройство;
- 2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:
- присутствие ассистента, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе, записывая под диктовку),
 - обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающемуся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - обеспечивается надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- 3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата:
- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются тьютору;
 - по желанию студента задания могут выполняться в устной форме.