

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



Утверждаю  
Декан СПФ

Т.В. Поштарева

«25» мая 2021 г

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
«Рекламные технологии продвижения в сети Интернет»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Направленность (профиль) программы Реклама и связи с общественностью  
Квалификация выпускника бакалавр  
Форма обучения очная, заочная

год начала подготовки – 2021

Разработана  
д-р истор. наук, доцент, доцент  
кафедры СГД  
\_\_\_\_\_ Н. В. Овсянникова

Согласована  
Заведующая кафедрой СГД  
\_\_\_\_\_ Т.В.Поштарева

Рекомендована  
на заседании кафедры СГД  
от «25» мая 2021 г.  
протокол № 10  
\_\_\_\_\_ Т.В. Поштарева

Одобрена  
на заседании учебно-методической  
комиссии СПФ  
от «25» мая 2021 г.  
протокол № 9  
Председатель УМК  
\_\_\_\_\_ Т.В. Поштарева

Ставрополь, 2021 г.

## Содержание

	Стр.
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	4
5. Содержание и структура дисциплины	5
5.1. Содержание дисциплины	5
5.2. Структура дисциплины	6
5.3. Занятия семинарского типа	7
5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа)	7
5.5. Самостоятельная работа	8
6. Образовательные технологии	8
7. Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	9
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	9
8.1. Основная литература	9
8.2. Дополнительная литература	9
8.3. Программное обеспечение	9
8.4. Профессиональные базы данных	9
8.5 Информационные справочные системы	9
8.6 Интернет-ресурсы	9
8.7 Методические указания по освоению дисциплины	10
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	15
10. Особенности освоения дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья	15
Приложение к рабочей программе	17

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Рекламные технологии продвижения в сети Интернет» является:

- получение комплексных знаний и практических навыков использования рекламных технологий продвижения в сети Интернет;
- знакомство с современной теорией и практикой интернет-рекламы; углубление знаний по направлению продвижения товаров и услуг в сети Интернет;
- овладение методиками информационного обеспечения рекламной деятельности в сети Интернет;
- изучение рынка рекламы, рекламных коммуникаций в сети Интернет.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Рекламные технологии продвижения в сети Интернет» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 – Дисциплины (модули) (Б.1.В.11) ОПОП ВО по данному направлению подготовки и находится в логической и содержательно-методической связи с другими дисциплинами.

Предшествующие дисциплины (курсы, модули, практики)	Последующие дисциплины (курсы, модули, практики)
Информационные технологии проектирования WEB-сайтов	ГИА
Теория и практика средств массовой информации	Маркетинг в рекламе и PR
Разработка и проведение рекламной кампании	Технологии производства рекламного продукта

## 3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора (индикаторов) достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационного продукта	ПК-1.1. Организует маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	<b>Знает</b> основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации <b>Умеет</b> выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей <b>Владеет</b> навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции
	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	<b>Знает</b> технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов <b>Умеет</b> интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций <b>Владеет</b> навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работы по созданию и редактированию контента	<b>Знает</b> содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента <b>Умеет</b> распределять работы по созданию и редактированию контента

		<b>Владеет</b> навыками координации работы по созданию и редактированию контента
	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	<b>Знает</b> специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами <b>Умеет</b> работать с большими объемами информации <b>Владеет</b> навыками осуществления общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общий объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академических часов.

##### Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		Б
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>51,8</b>	<b>51,8</b>
в том числе:	-	-
1) занятия лекционного типа (ЛК)	24	24
из них	-	-
- лекции	24	24
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	24	24
из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	24	24
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	2	2
4) индивидуальная работа	1	1
5) промежуточная аттестация	0,8	0,8
<b>Самостоятельная работа (всего) (СР)</b>	<b>128,2</b>	<b>128,2</b>
в том числе:	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	102	102
Подготовка к аттестации	26,2	26,2
<b>Общий объем, час</b>	<b>180</b>	<b>180</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>	<b>экзамен</b>

##### Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Триместр
		Б
<b>Контактная работа (всего)</b>	<b>21,8</b>	<b>21,8</b>
в том числе:	-	-

1) занятия лекционного типа (ЛК)	8	8
из них	-	-
- лекции	8	8
2) занятия семинарского типа (ПЗ)	12	12
из них	-	-
- семинары (С)	-	-
- практические занятия (ПР)	12	12
- лабораторные работы (ЛР)	-	-
3) групповые консультации	-	-
4) индивидуальная работа	1	1
5) промежуточная аттестация	0,8	0,8
<b>Самостоятельная работа (всего) (СР)</b>	<b>158,2</b>	<b>158,2</b>
в том числе:	-	-
Курсовой проект (работа)	-	-
Расчетно-графические работы	-	-
Контрольная работа	-	-
Реферат	-	-
Самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)	150	150
Подготовка к аттестации	8,2	8,2
<b>Общий объем, час</b>	<b>180</b>	<b>180</b>
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	<b>экзамен</b>	<b>экзамен</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

### 5.1. Содержание дисциплины

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)
1	Теоретические основы развития интернет-технологий	Информационные технологии: классификация и этапы развития. Характеристика информационных технологий в рекламе. Основные требования к информационному обеспечению рекламной деятельности. Способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации в сети Интернет. Определения Интернета. Виды коммуникации в Интернете. Характерные особенности компьютерно-опосредованного общения. Интернет-маркетинг, основные термины.
2	Основы интернет-рекламы	Поиск информации в Интернете. Значение и виды поиска в Сети. Поисковые машины. Поиск в различных поисковых системах. Мониторинг Интернета. Контекстная реклама, поисковая реклама. Яндекс-Директ. Исследование рекламной аудитории. Методы сбора информации о потенциальной рекламной аудитории. Обработка результатов исследований. Практическое использование результатов исследования в рекламной деятельности. Аудитория Интернета. Понятие аудитории Интернета. Мировая аудитория Интернета. Различия аудитории по степени интенсивности и разносторонности использования Интернета. Российская аудитория Интернета. Рекламные технологии в Интернете. Понятие и виды интернет-рекламы. Основные характеристики интернет-рекламы. Оптимизация бюджета интернет-рекламы. Специфика работы с агентствами интернет-рекламы. Контекстная реклама. Рекламная сеть Яндекса. Яндекс.Директ. Семантическое ядро. Принципы настройки контекстной рекламы. Директ Коммандер. Показатели эффективности контекстной рекламы. Минус-фразы и минус-слова. Расчет ставки контекстной рекламы.

		<p>Баннерная реклама РСЯ. Google Adwords Editor. Ретаргетинг. Сегменты Яндекс.Метрики. Яндекс.Аудитории.</p> <p>Товарная реклама. Динамический ремаркетинг. Яндекс.Маркет. Сервис Google Merchant Center. Google Покупки. Аналитика товарной рекламы.</p>
3	Реклама и продвижение в социальных сетях	<p>Социальные сети Типы социальных сетей. Аудитория социальных сетей. Товарные аккаунты. Продвижение в социальных сетях Этапы продвижения в социальных сетях. Вирусный маркетинг. Скрытый маркетинг. Контент-план. Технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов в сети Интернет.Способы продвижения в социальных сетях. Таргетированная реклама ВКонтакте Таргетированная реклама в социальных сетях. Модель AIDA. Ретаргетинг при создании и редактировании контента ВКонтакте и таргет в Facebook и Instagram Ретаргетинг. Парсеры.</p>
4	Проектирование и разработка веб-сайтов	<p>Классификация сайтов. Сайты-заглушки. Сайты-визитки. Корпоративные сайты. Лендинг-пейдж. Сайты витрины/каталоги. Агрегаторы. Интернетмагазины. Доменное имя сайта. Хостинг. Система управления сайтом. Конструкторы сайтов. Создание и редактирование страниц сайта. Этапы создания сайта.</p> <p>Корпоративный сайт как основа интернет-коммуникаций. Виды и преимущества веб-сайтов. Подготовительный этап работы над корпоративным сайтом. Структура корпоративного сайта. Создание посадочной страницы.</p> <p>Дизайн. Техническое исполнение и системы управления сайтом (CMS). Тестирование. Оценка эффективности. Особенности разработки сайта на аутсорсинге.</p> <p>Создание сайта Mind-карта целевой аудитории. Структура сайта. Карта релевантности. Создание лендинга. Координация работы по созданию и редактированию контента.</p>
5	Создание рекламного обращения в сети Интернет	<p>Особенности электронного PR-текста. SEO-копирайтинг. Контент-маркетинг. Размещения рекламного сообщения. E-mail маркетинг. Почтовые рассылки. Несогласованные массовые почтовые рассылки в Интернете. Почтовая рассылка по списку подписчиков. Средства осуществления рассылки. Создание эффективных почтовых рассылок. Методы создания подписной страницы</p> <p>Блоги и блогосфера: определение понятий. Виды блогов. Блогосфера и СМИ. Оценка эффективности корпоративных блогов. Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации в сети Интернет.</p>

## 5.2. Структура дисциплины

### Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1.	Теоретические основы развития интернет-технологий	16	4	-	4	-	20
2.	Основы интернет-рекламы	16	4	-	4	-	20
3.	Реклама и продвижение в социальных сетях	18	4	-	4	-	20
4.	Проектирование и разработка веб-сайтов	22	6	-	6	-	20
5.	Создание рекламного обращения в сети Интернет	22	6	-	6	-	22
	Групповые консультации	2					
	Курсовой проект	-					
	Индивидуальная работа	1					
	Промежуточная аттестация (экзамен)	0,8					
	Подготовка к аттестации	26,2					
<b>Общий объем</b>		<b>180</b>	<b>24</b>	<b>-</b>	<b>24</b>	<b>-</b>	<b>102</b>

**Заочная форма обучения**

№ раздела (темы)	Наименование раздела (темы)	Количество часов					
		Всего	ЛК	С	ПР	ЛР	СР
1.	Теоретические основы развития интернет-технологий	34	2	-	2	-	17
2.	Основы интернет-рекламы	32	-	-	2	-	30
3.	Реклама и продвижение в социальных сетях	34	2	-	2	-	30
4.	Проектирование и разработка веб-сайтов	36	2	-	4	-	30
5.	Создание рекламного обращения в сети Интернет	35	2	-	2	-	30
	Групповые консультации	2					
	Курсовой проект	-					
	Индивидуальная работа	1					
	Промежуточная аттестация (экзамен)	0,8					
	Подготовка к аттестации	8,2					
<b>Общий объем</b>		<b>180</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>150</b>

**5.3. Занятия семинарского типа****Очная форма обучения**

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Кол-во часов
1.	1.	ПР	Теоретические основы развития интернет-технологий	4
2.	2.	ПР	Основы интернет-рекламы	4
3.	3.	ПР	Реклама и продвижение в социальных сетях	4
4.	4.	ПР	Проектирование и разработка веб-сайтов	6
5.	5.	ПР	Создание рекламного обращения в сети Интернет	6
<b>Общий объем</b>				<b>24</b>

**Заочная форма обучения**

№ п/п	№ раздела (темы)	Вид занятия	Наименование	Кол-во часов
6.	1.	ПР	Теоретические основы развития интернет-технологий	2
7.	2.	ПР	Основы интернет-рекламы	2
8.	3.	ПР	Реклама и продвижение в социальных сетях	2
9.	4.	ПР	Проектирование и разработка веб-сайтов	4
10.	5.	ПР	Создание рекламного обращения в сети Интернет	2
<b>Общий объем</b>				<b>12</b>

**5.4. Курсовой проект (курсовая работа, расчетно-графическая работа, реферат, контрольная работа)****Темы курсовых проектов**

1. Специфика работы с агентствами интернет-рекламы.
2. Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.
3. Контекстная реклама.
4. Баннерная реклама
5. Товарная реклама.
6. Таргетированная реклама в социальных сетях.
7. Проектирование веб-сайтов: способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации.
8. Разработка веб-сайтов

9. Корпоративный сайт как основа интернет-коммуникаций.
10. Создание эффективных почтовых рассылок.
11. Использование блогов в рекламе.
12. Таргетинг в Интернете.
13. Особенности контекстной рекламы.
14. Маркетинг в социальных сетях.
15. Концепция CRM (Customer relationship management).
16. Свободная тема (тема предложенная студентом и согласованная с преподавателем)

### 5.5. Самостоятельная работа

#### Очная форма обучения

№ разд ела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов
1-5	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка презентаций по теме Подготовка к устному опросу Подготовка к тестированию	102
	Подготовка курсового проекта	-
1-5	Подготовка к аттестации	26,2

#### Заочная форма обучения

№ разд ела (темы)	Виды самостоятельной работы	Количество часов
1-5	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию Изучение специальной методической литературы и анализ научных источников Подготовка презентаций по теме Подготовка к устному опросу Подготовка к тестированию	150
	Подготовка курсового проекта	-
1-5	Подготовка к аттестации	8,2

### 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Технологии деятельностного и диалогового обучения (практические задания, игровые упражнения)

**Информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

- сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- обработка текстовой, графической 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 электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем.

На практических занятиях студенты представляют презентации, подготовленные с помощью программного приложения MicrosoftPowerPoint, подготовленные ими в часы самостоятельной работы.

#### Интерактивные и активные образовательные технологии

##### Очная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов
------------------	-----------------------------	--	------------------



3.	ПР	Выполнение практических заданий	2
5.	ПР	Выполнение практических заданий	2

#### Заочная форма обучения

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, С, ЛР)	Используемые интерактивные и активные образовательные технологии	Количество часов
3.	ПР	Выполнение практических заданий	2
5.	ПР	Выполнение практических заданий	2

#### Практическая подготовка обучающихся

№ раздела (темы)	Вид занятия (ЛК, ПР, ЛР)	Виды работ	Количество часов ОФО	Количество часов ЗФО
4	ПР	Разработка семантического ядра для сайта компании и составление карты релевантности сайта.	2	2
3	ПР	Составление гипотезы для объявлений в таргете для конкретной фирмы.	2	2

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

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине приводятся в приложении.

### 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 8.1. Основная литература

1. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге : учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/448344> .

2. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425906>

3. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. — Москва : Инфра-Инженерия, 2018. — 452 с. — ISBN 978-5-9729-0217-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/78249.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

#### 8.2. Дополнительная литература

Технология формирования имиджа, пр и рекламы в социальной работе : учебник и практикум для вузов / М. В. Воронцова [и др.] ; под редакцией М. В. Воронцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13625-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466145>

#### 8.3. Программное обеспечение

Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus 2019, Консультант плюс, Microsoft Office 2007 Standard.

#### 8.4. Профессиональные базы данных

База данных Scopus - <http://elsevierscience.ru/products/scopus/>

Международная реферативная база журналов и статей Web of Science - <https://www.clarivate.ru/products/web-of-science/>

#### 8.5. Информационные справочные системы

АНО ВО СКСИ - 1С: Библиотека

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

Поисковые системы

<https://www.yandex.ru/>

<https://www.rambler.ru/>

<https://accounts.google.com/>

<https://www.yahoo.com/>

#### 8.6. Интернет-ресурсы

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» -

<http://www.window.edu.ru>

Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов - <http://school-collection.edu.ru/>

Электронная библиотека «Все учебники» - <http://www.vse-uchebniki.ru/>

Электронно-библиотечная система «IPRBooks» - <http://www.iprbookshop.ru/>

Научная электронная библиотека - <http://www.elibrary.ru/>

Портал открытых данных – <https://data.gov.ru/>

Научная электронная библиотека «Киберленинка» - <http://cyberleninka.ru/>

Федеральный центр информационно- образовательных ресурсов - <http://fcior.edu.ru/>

Свободная энциклопедия «Википедия»- <https://ru.wikipedia.org>

Национальная Электронная Библиотека (НЭБ)-<https://нэб.рф>

Образовательный портал GeekBrains с доступом к онлайн-обучению (Learning Management System) и к курсам по четырем направлениям: программирование, дизайн, управление и маркетинг - <https://university.geekbrains.ru/>

Деловое информационное пространство РБК - [www.rbk.ru](http://www.rbk.ru)

Международная Ассоциация по связям с общественностью (IPRA) - <https://www.ipra.org/>

### **8.7. Методические указания по освоению дисциплины**

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 студентов 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.

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 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и рабочей программой по дисциплине.

#### *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 студентов 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 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и рабочей программой по дисциплине.

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, 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. Проблемный 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 занятиям*

Целью практических занятий 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 практическому занятию необходимо прочитать конспект лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, выполнить выданные преподавателем практические 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 занятиям по дисциплине одновременно использовать несколько источников, раскрывающих заданные вопросы.

Работа над литературой, состоит из трёх этапов – чтения работы, её конспектирования, заключительного обобщения сути изучаемой работы. Прежде, чем браться за конспектирование, скажем, статьи, следует её хотя бы однажды прочитать, чтобы составить о ней предварительное мнение, постараться выделить основную мысль или несколько базовых точек, опираясь на которые можно будет в дальнейшем работать с текстом. Конспектирование – дело очень тонкое и трудоёмкое, в общем виде может быть определено как фиксация основных положений и отличительных черт рассматриваемого труда вкюпе с творческой переработкой идей, в нём содержащихся. Конспектирование – один из эффективных способов усвоения письменного текста. Достоинством заключительного обобщения как самостоятельного этапа работы с текстом является то, что здесь читатель, будучи автором обобщений, отделяет себя от статьи, что является гарантией независимости читателя от текста.

#### *Методические указания по выполнению практических заданий*

Ответы на вопросы проблемного характера

В процессе выполнения практических заданий, которые предполагают подготовку ответа на вопрос проблемного характера, мотивирующего студента к размышлению по поводу определенной проблемы или содержат требование прокомментировать высказывание того или иного мыслителя, следует придерживаться следующего алгоритма работы:

- 1) Необходимо определить ключевую проблему, содержащуюся в вопросе, и сформулировать ее суть;
- 2) Раскрыть свое понимание (интерпретацию высказанной идеи);
- 3) Обосновать и аргументировать собственную точку зрения по данному вопросу.

Выполнение подобных дидактических задач, содержащих определенную проблемную ситуацию, требующую непосредственного разрешения, активизирует процесс мышления, побуждая к аналитической деятельности, к мобилизации знаний, умения размышлять. Вхождение в процесс поиска решения придает вновь приобретаемому знанию личностный смысл и значение, способствует переводу из мировоззренческого плана восприятия в сферу формирования внутренних убеждений и активизации принципа деятельностного отношения к действительности.

#### *Методические указания по организации самостоятельной работы обучающегося*

Для индивидуализации образовательного процесса самостоятельную работу (СР) можно разделить на базовую и дополнительную.

Базовая СР обеспечивает подготовку обучающегося к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям для всех дисциплин учебного плана. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных контрольных работ, тестовых заданий, сделанных докладов и

других форм текущего контроля. Базовая СР может включать следующие формы работ: изучение лекционного материала, предусматривающие проработку конспекта лекций и учебной литературы; поиск (подбор) и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса; выполнение домашнего задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях; изучение материала, вынесенного на самостоятельное изучение; подготовка к практическим занятиям; подготовка к контрольной работе или коллоквиуму; подготовка к зачету, аттестациям; написание реферата (эссе) по заданной проблеме.

Дополнительная СР направлена на углубление и закрепление знаний обучающегося, развитие аналитических навыков по проблематике учебной дисциплины. К ней относятся: подготовка к экзамену; выполнение курсовой работы или проекта; исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях, семинарах и олимпиадах; анализ научной публикации по заранее определенной преподавателем теме; анализ статистических и фактических материалов по заданной теме, проведение расчетов, составление схем и моделей на основе статистических материалов и др.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная. Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданиям. Основными формами самостоятельной работы обучающегося с участием преподавателей являются: текущие консультации; коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин; прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий) и др.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется обучающимся по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия. Основными формами самостоятельной работы обучающихся без участия преподавателей являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); написание рефератов, эссе; подготовка к практическим занятиям (подготовка сообщений, докладов, заданий); составление аннотированного списка статей из соответствующих журналов по отраслям знаний (педагогических, психологических, методических и др.); углубленный анализ научно-методической литературы (подготовка рецензий, аннотаций на статью, пособие и др.); выполнение заданий по сбору материала во время практики; овладение студентами конкретных учебных модулей, вынесенных на самостоятельное изучение; подбор материала, который может быть использован для написания рефератов, курсовых и квалификационных работ; подготовка презентаций; составление глоссария, кроссворда по конкретной теме; подготовка к занятиям, проводимым с использованием активных форм обучения (круглые столы, диспуты, деловые игры); анализ деловых ситуаций (мини-кейсов). Границы между этими видами работ относительно, а сами виды самостоятельной работы пересекаются.

*Методические указания по изучению специальной методической литературы и анализа научных источников*

Всю литературу можно разделить на учебники и учебные пособия, оригинальные научные монографические источники, научные публикации в периодической печати. Из них можно выделить литературу основную (рекомендуемую), дополнительную и литературу для углубленного изучения дисциплины.

Изучение дисциплины следует начинать с учебника, поскольку учебник – это книга, в которой изложены основы научных знаний по определенному предмету в соответствии с целями и задачами обучения, установленными программой.

При работе с литературой следует учитывать, что имеются различные виды чтения, и каждый из них используется на определенных этапах освоения материала.

Предварительное чтение направлено на выявление в тексте незнакомых терминов и поиск их значения в справочной литературе. В частности, при чтении указанной литературы необходимо подробнейшим образом анализировать понятия.

Сквозное чтение предполагает прочтение материала от начала до конца. Сквозное чтение литературы из приведенного списка дает возможность обучающемуся сформировать свод основных понятий из изучаемой области и свободно владеть ими.

Выборочное – наоборот, имеет целью поиск и отбор материала. В рамках данного курса выборочное чтение, как способ освоения содержания курса, должно использоваться при подготовке к практическим занятиям по соответствующим разделам.

Аналитическое чтение – это критический разбор текста с последующим его конспектированием. Освоение указанных понятий будет наиболее эффективным в том случае, если при чтении текстов обучающийся будет задавать к этим текстам вопросы. Часть из этих вопросов сформулирована в приведенном в ФОС перечне вопросов для собеседования. Перечень этих вопросов ограничен, поэтому важно не только содержание вопросов, но сам принцип освоения литературы с помощью вопросов к текстам.

Целью изучающего чтения является глубокое и всестороннее понимание учебной информации.

Есть несколько приемов изучающего чтения:

1. Чтение по алгоритму предполагает разбиение информации на блоки: название; автор; источник; основная идея текста; фактический материал; анализ текста путем сопоставления имеющихся точек зрения по рассматриваемым вопросам; новизна.

2. Прием постановки вопросов к тексту имеет следующий алгоритм: медленно прочитать текст, стараясь

понять смысл изложенного; выделить ключевые слова в тексте; постараться понять основные идеи, подтекст и общий замысел автора.

3. Прием тезирования заключается в формулировании тезисов в виде положений, утверждений, выводов.

К этому можно добавить и иные приемы: прием реферирования, прием комментирования.

Важной составляющей любого солидного научного издания является список литературы, на которую ссылается автор. При возникновении интереса к какой-то обсуждаемой в тексте проблеме всегда есть возможность обратиться к списку относящейся к ней литературы. В этом случае вся проблема как бы разбивается на составляющие части, каждая из которых может изучаться отдельно от других. При этом важно не терять из вида общий контекст и не погружаться чрезмерно в детали, потому что таким образом можно не увидеть главного.

*Методические указания по подготовке к тестированию*

Как и любая другая форма подготовки к контролю знаний, тестирование имеет ряд особенностей, знание которых помогает успешно выполнить тест.

– Прежде всего, следует внимательно изучить структуру теста, оценить объем времени, выделяемого на данный тест, увидеть, какого типа задания в нем содержатся. Это поможет настроиться на работу.

– Лучше начинать отвечать на те вопросы, в правильности решения которых нет сомнений, пока не останавливаясь на тех, которые могут вызвать долгие раздумья. Это позволит успокоиться и сосредоточиться на выполнении более трудных вопросов.

– Очень важно всегда внимательно читать задания до конца, не пытаясь понять условия «по первым словам» или выполнив подобные задания в предыдущих тестированиях. Такая спешка нередко приводит к досадным ошибкам в самых легких вопросах.

– Если вы не знаете ответа на вопрос или не уверены в правильности, следует пропустить его и отметить, чтобы потом к нему вернуться.

– Лучше думать только о текущем задании. Как правило, задания в тестах не связаны друг с другом непосредственно, поэтому необходимо концентрироваться на данном вопросе и находить решения, подходящие именно к нему. Кроме того, выполнение этой рекомендации даст еще один психологический эффект – позволит забыть о неудаче в ответе на предыдущий вопрос, если таковая имела место.

– Многие задания можно быстрее решить, если не искать сразу правильный вариант ответа, а последовательно исключать те, которые явно не подходят. Метод исключения позволяет в итоге сконцентрировать внимание на одном-двух вероятных вариантах.

– Рассчитывать выполнение заданий нужно всегда так, чтобы осталось время на проверку и доработку (примерно 1/3-1/4 запланированного времени). Тогда вероятность ошибок сводится к нулю и имеется время, чтобы набрать максимум баллов на легких заданиях и сосредоточиться на решении более трудных, которые вначале пришлось пропустить.

– Процесс угадывания правильных ответов желательно свести к минимуму, так как это чревато тем, что студент забудет о главном: умении использовать имеющиеся накопленные в учебном процессе знания, и будет надеяться на удачу. Если уверенности в правильности ответа нет, но интуитивно появляется предпочтение, то психологи рекомендуют доверять интуиции, которая считается проявлением глубинных знаний и опыта, находящихся на уровне подсознания.

При подготовке к тесту или даже экзамену не следует просто заучивать раздел учебника, необходимо понять логику изложенного материала. Этому немало способствует составление развернутого плана, таблиц, схем, внимательное изучение исторических карт. Большую помощь оказывают разнообразные опубликованные сборники тестов, Интернет-тренажеры, позволяющие, во-первых, закрепить знания, во-вторых, приобрести соответствующие психологические навыки саморегуляции и самоконтроля. Именно такие навыки не только повышают эффективность подготовки, позволяют более успешно вести себя во время экзамена, но и вообще способствуют развитию навыков мыслительной работы.

*Методические указания по подготовке к устному опросу*

Самостоятельная работа студентов 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 права, как регламентирующие правоотношения, возникающие в рамках реализации основ права, так и отношения, что определяют реализацию их, либо следуют за ними.

Тема и вопросы к практическим занятиям по дисциплине доводятся до студентов заранее. Эффективность подготовки студентов 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 курсовой работы*

Курсовая работа (проект) представляет собой вид учебной и (или) научно-исследовательской работы, проводимой студентами самостоятельно под руководством преподавателя по определенным темам.

Выполнение курсовой работы (проекта) способствует углублённому усвоению учебного материала, систематизации полученных знаний, приобретению специальных навыков, формированию профессиональных компетенций.

Курсовая работа (проект) представляет собой необходимый этап, предшествующий написанию и защите выпускной квалификационной работы.

Тематика курсовых работ разрабатывается преподавателями в соответствии с основным содержанием дисциплины (модуля).

Конкретная тема курсовой работы выбирается студентом из перечня тем по соответствующей дисциплине (модулю). При этом возможна корректировка темы исходя из исследовательских интересов студента.

Студент, по согласованию с преподавателем, может предложить свою тему курсовой работы (проекта).

Курсовая работа (проект) по дисциплине (модулю) учебного плана выполняется в пределах часов, отводимых на ее изучение.

Структура курсовой работы (проекта) должна способствовать всестороннему раскрытию избранной темы, решению поставленных задач, полноценному освещению отдельных вопросов.

Курсовая работа (проект), как правило, состоит из следующих структурных элементов:

А. Титульный лист. Форма титульного листа приведена в приложении 2.

Б. Содержание. Представляет собой перечень глав, параграфов и других рубрик работы с указанием страниц, с которых они начинаются. Названия глав и параграфов должны точно повторять соответствующие заголовки в тексте.

В. Введение. В нём определяются актуальность, научная и практическая значимость темы, показывается степень ее разработанности, то есть тем самым обосновывается выбор темы исследования. Здесь же формулируются цели и задачи работы. Объем введения составляет 2-3 страницы.

Г. Основная часть. Содержит не менее 2-х глав с возможным разделением на параграфы (подразделы).

В первой главе, как правило, раскрывается степень изученности вопроса в отечественной, а при необходимости и в зарубежной теории и практике, представляются различные (в том числе альтернативные) подходы к рассматриваемой проблеме в её современном состоянии. При этом желательно изложить авторский взгляд студента на неё, подходы к её разрешению.

Во второй главе освещаются прикладные аспекты исследуемой в работе проблемы.

Каждая глава, как правило, заканчивается краткими выводами в соответствии с задачами исследования.

Д. Заключение. Содержит краткое резюме, выводы и обобщающие рекомендации по основной части работы. Объем заключения составляет, как правило, 3-4 стр.

Е. Список использованных источников.

Ж. Приложения (если они предусмотрены характером работы).

Конкретные требования к курсовой работе (проекту) излагаются в методических указаниях по выполнению курсовой работы (проекта), являющихся составным элементом разработанной основной образовательной программы по соответствующей специальности или направлению подготовки.

Изложение материала в курсовой работе (проекте) должно быть последовательным и логичным. Все разделы работы должны быть связаны между собой. Особое внимание следует обращать на логические переходы от одной главы к другой, от параграфа к параграфу, а внутри параграфа – от вопроса к вопросу.

Курсовая работа (пояснительная записка курсового проекта) должна быть напечатана одним цветом (как правило, черным) на одной стороне стандартного листа писчей бумаги формата А4 (296x210 мм). При этом используется кегль 14 п., межстрочный интервал – полуторный, гарнитура шрифта – Times New Roman, выравнивание – по ширине. Абзацный отступ должен быть одинаковым во всем тексте работы и составлять 1 см или 1,25 см. Переносы слов в тексте работы не допускаются.

Страницы курсовой работы (пояснительной записки курсового проекта) с рисунками и приложениями должны быть пронумерованы сквозной нумерацией. Страницы следует нумеровать арабскими цифрами. Первой страницей является титульный лист. Номер страницы на титульном листе не проставляется. Номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки. Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию страниц работы.

Общий объем работы, как правило, должен быть в пределах 30-40 страниц печатного текста (без приложений). Конкретные требования к объему курсовой работы (проекта) устанавливаются в методических указаниях по выполнению курсовой работы (проекта). Работа сшивается в папке-скоросшивателе или переплетается.

Главы, параграфы и пункты (кроме введения, заключения, списка использованных источников и приложений) нумеруются арабскими цифрами с точкой в конце. Главы основной части нумеруются в пределах всей работы, параграфы – в пределах каждой главы, пункты – в пределах каждого параграфа. Номер параграфа состоит из номеров главы и параграфа, разделенных точкой. Номер пункта состоит из номеров главы, параграфа и пункта, разделенных

точкой (например: 1.2.1.).

Главы и подразделы должны иметь заголовки, которые призваны чётко и кратко отражать их содержание. Переносы слов в заголовках не допускаются. Заголовки глав, а также слова «Введение», «Заключение», «Список использованных источников» следует располагать по центру строки без точки в конце и писать (печатать) прописными буквами, не подчёркивая. Заголовки подразделов и пунктов следует располагать по центру строки и печатать с прописной буквы, не подчёркивая, без точки в конце.

Каждая новая глава начинается с новой страницы; это же правило относится к другим основным структурным частям работы (введению, заключению, списку использованных источников, приложениям и т.д.). Между названием главы и последующим текстом должно быть оставлено не менее одной свободной строки. Такое же расстояние выдерживается между заголовками глав и параграфов.

При использовании в работе материалов, заимствованных из литературных и иных источников, цитировании различных авторов, необходимо делать соответствующие ссылки, а в конце работы помещать в список использованных источников. Не только цитаты, но и произвольное изложение заимствованных из литературы принципиальных положений, включается в курсовую работу со ссылкой на источник. Наличие в тексте курсовой работы (проекта) ссылок, пусть даже многочисленных, подчёркивает научную добросовестность автора.

Приложение – это часть работы, которая имеет дополнительное, обычно справочное значение, но является необходимой для более полного освещения темы. По содержанию приложения могут быть очень разнообразны: копии подлинных документов, выдержки из отчётных материалов, отдельные положения из инструкций и правил и т.д. По форме они могут представлять собой текст, таблицы, графики, карты. В приложения нельзя включать список использованной литературы, вспомогательные указатели всех видов, справочные комментарии и примечания, которые являются не приложениями к основному тексту, а элементами справочно-сопроводительного аппарата работы, помогающими пользоваться её основным текстом. Приложения оформляются как продолжение курсовой работы на последних её страницах.

Защита курсовой работы – это определение уровня теоретических знаний и практических навыков студента. На защите слушатель кратко излагает основные результаты, полученные в ходе исследования, дает исчерпывающие ответы на замечания научного руководителя и вопросы членов комиссии. На защите студент должен: - свободно ориентироваться в представляемой работе; - знать научные источники и источники количественных показателей; 15 - понимать сущность применяемой методики, её недостатки и достоинства; - уметь обосновать собственные выводы и результаты; - уметь отвечать на вопросы членов комиссии.

#### *Методические указания по подготовке презентаций:*

Презентация - частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой форме.

В качестве критериев могут быть выбраны:

- актуальность темы;
- соответствие содержания работы выбранной тематике;
- соответствие содержания и оформления работы установленным требованиям;
- обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи;
- новизна полученных данных;
- личный вклад магистра;
- возможности практического использования полученных данных.

#### *1. Общие положения*

Цель: конкретизировать знания и умения по изучаемой дисциплине, расширить кругозор студентов, изучить разделы курса, которые не рассматриваются в ходе аудиторных занятий.

Задачи:

- приобретение новых знаний;
- развитие умений систематизировать, обобщать и логично представлять изученный материал по исследуемым проблемам;
- совершенствование навыков работы по созданию презентаций PowerPoint.

#### *2. Правила выполнения презентации*

Работа представляется на диске в версии Office2010. Выполненная презентация после предварительной проверки обязательно защищается.

#### *3. Требования к оформлению презентации*

1. Диск с работой должен быть подписан (Ф.И.О., направление подготовки, группа).
2. На первом слайде (титальном) необходимо указать тему работы.
3. На втором слайде презентации – план содержания.
4. Последний слайд – сведения об авторе.

#### *4. Содержание презентации*

1. Презентация включает в себя 12-15 слайдов любого оформления.

2. Поместить на слайды 3-4 сканированных изображения.
3. Разместить согласно тексту картинки или диаграммы.
4. Использовать текстовые и звуковые эффекты, анимацию при переходах слайдов (по выбору).
5. Возможно наличие в работе видеофайлов.

*Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации*

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена.

Промежуточная аттестация по дисциплине в форме экзамена определяются на основании результатов текущего контроля успеваемости студента в течение периода обучения.

На промежуточной аттестации определяется качество и объем усвоенных студентами знаний, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановки цели и выбору путей ее достижения, а также умение работать с нормативными документами в рамках дисциплины. Она может проводиться в устной или письменной формах. Форму проведения определяет кафедра.

Подготовка к промежуточной аттестации – процесс индивидуальный. Тем не менее, существуют некоторые правила, знания которых могут быть полезны для всех. Залогом успешной сдачи промежуточной аттестации является систематическая работа над учебной дисциплиной в течение триместра. Подготовку желательно вести, исходя из требований программы учебной дисциплины.

Целесообразно пошаговое освоение материала, выполнение различных заданий по мере изучения соответствующих содержательных разделов дисциплины. Если, готовясь к промежуточной аттестации, вы испытываете затруднения, обращайтесь за советом к преподавателю, тем более что при систематической подготовке у вас есть такая возможность.

Готовясь к промежуточной аттестации, лучше всего сочетать повторение теоретических вопросов с выполнением практических заданий. Требования к знаниям студентов определены федеральным государственным образовательным стандартом и рабочей программой дисциплины.

Цель промежуточной аттестации — проверка и оценка уровня полученных студентом специальных познаний по учебной дисциплине и соответствующих им умений и навыков, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, реагировать на дополнительные вопросы, ориентироваться в массиве информации, дефиниций и категорий права. Оценке подлежат правильность и грамотность речи студента, а также его достижения в течение триместра.

Дополнительной целью промежуточной аттестации является формирование у студентов таких качеств, как организованность, ответственность, трудолюбие, принципиальность, самостоятельность. Таким образом, проверяется сложившаяся у студента система знаний по дисциплине, что играет большую роль в подготовке будущего специалиста, способствует получению им фундаментальной и профессиональной подготовки.

При подготовке к промежуточной аттестации важно правильно и рационально распланировать свое время, чтобы успеть на качественно высоком уровне подготовиться к ответам по всем вопросам. Во время подготовки к студентам также систематизируют знания, которые они приобрели при изучении основных тем курса в течение триместра. Это позволяет им уяснить логическую структуру дисциплины, объединить отдельные темы единую систему, увидеть перспективы ее развития.

Самостоятельная работа по подготовке к промежуточной аттестации во время сессии должна планироваться студентом, исходя из общего объема вопросов, вынесенных на зачет, так, чтобы за предоставленный для подготовки срок он смог равномерно распределить приблизительно равное количество вопросов для ежедневного изучения (повторения). Важно, чтобы один последний день (либо часть его) был выделен для дополнительного повторения всего объема вопросов в целом. Это позволяет студенту самостоятельно перепроверить усвоение материала.

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

*Для реализации дисциплины требуется следующее материально-техническое обеспечение:*

- для проведения занятий лекционного типа – учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для проведения занятий семинарского типа - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для групповых консультаций - учебная аудитория, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: учебная мебель, экран, проектор, ноутбук.
- для самостоятельной работы обучающихся - аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Организации.

## **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.

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.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

по дисциплине «Рекламные технологии продвижения в сети Интернет»

**1. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ФОРМИРУЕМЫХ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

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-1. Способен осуществлять организацию продвижения коммуникационно о продукта	ПК-1.1. Организовывает маркетинговые исследования рынка коммуникационной продукции	<b>Знает</b> основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации	Устный опрос (вопрос № 1-6); Тест (№1)	Устный опрос (вопрос № 1-11) Защита курсового проекта (тема № 1-16)
		<b>Умеет</b> выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей	Презентация (тема № 1-18) Практические задания (№ 1, 3)	Практические задания (№ 1, 5) Защита курсового проекта (тема № 1-16)
		<b>Владет</b> навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке коммуникационной продукции	Практические задания (№ 1, 3)	Практические задания (№ 1, 5) Защита курсового проекта (тема № 1-16)
	ПК-1.2. Разрабатывает маркетинговые стратегии для коммуникационной продукции	<b>Знает</b> направления <b>Знает</b> технологии сегментирования рынка, позиционирование продукта и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов	Устный опрос (вопрос № 16-20); Тест (№1)	Устный опрос (вопрос № 12-20) Защита курсового проекта (тема № 1-16)
		<b>Умеет</b> интегрировать различные средства продвижения в комплекс	Презентация (тема № 1-18) Практические задания (№ 2, 7)	Практические задания (№ 2, 6) Защита курсового проекта (тема № 1-16)

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
		маркетинговых коммуникаций		
		<b>Владеет</b> навыками разработки концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	Практические задания (№ 2, 7)	Практические задания (№ 2, 6) Защита курсового проекта (тема № 1-16)
ПК-2. Способен управлять информационными ресурсами	ПК-2.1. Организует работу по созданию и редактированию контента	<b>Знает</b> содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента	Устный опрос (вопрос № 11-15); Тест (№1)	Устный опрос (вопрос № 21-30) Защита курсового проекта (тема № 1-16)
		<b>Умеет</b> распределять работу по созданию и редактированию контента	Презентация (тема № 1-18) Практические задания (№ 6, 8)	Практические задания (№ 3,8) Защита курсового проекта (тема № 1-16)
		<b>Владеет</b> навыками координации работы по созданию и редактированию контента	Практические задания (№ 6, 8)	Практические задания (№ 3,8) Защита курсового проекта (тема № 1-16)
	ПК-2.2. Управляет информацией из различных источников	<b>Знает</b> специфику работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами	Устный опрос (вопрос № 7-10); Тест (№1)	Устный опрос (вопрос № 31-40)
		<b>Умеет</b> работать с большими объемами информации	Презентация (тема № 1-18) Практические задания (№ 4, 5)	Практические задания (№ 4,7)
		<b>Владеет</b> навыками осуществления оценки значимости и приоритетности получаемой информации	Практические задания (№ 4, 5)	Практические задания (№ 4, 7)
Знания, умения, навыки ПК-1, ПК-2				Защита курсового проекта Экзамен

**2. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ**  
**2.1. 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 и промежуточный контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося.

Постоянный текущий контроль (после изучения каждой темы) позволяет обучающемуся систематизировать знания в разрезе отдельных тем дисциплины.

Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях.

#### **Методическое описание подготовки и проведения тестирования**

Не менее, чем за неделю до тестирования, преподаватель определяет обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, литературу и источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

Тесты выполняются во время аудиторных занятий (практических).

Количество вопросов в тестовом задании определяется преподавателем.

На выполнение тестов отводится 0,5-1 академический час.

Индивидуальное тестовое задание выдается обучающемуся на бумажном носителе. Также тестирование может проводиться с использованием компьютерных средств и программ в специально оборудованных помещениях.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками не разрешено.

Примеры тестовых заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

#### **Методическое описание подготовки и проведения устного опроса**

Устные опросы проводятся преподавателем во время аудиторных занятий (лекционных или практических).

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем занятии.

Количество вопросов определяется преподавателем.

Время проведения опроса от 10 минут до 1 академического часа.

Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Перечень вопросов для проведения устных опросов, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

#### **Методическое описание подготовки и проведения практических заданий**

Преподаватель заранее подготавливает весь информационный комплекс, готовит бланки с практическими заданиями. Время решения практических заданий указано в самом бланке. Студенты самостоятельно изучают и прорабатывают теоретический и справочный материал по теме. Практические задания на усмотрение преподавателя могут быть предложены для решения как индивидуально, так и подгруппе студентов (до 3 человек).

Содержание практических заданий, а также критерии и шкала оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

#### **Методическое описание подготовки и проведения презентаций**

Темы презентаций предлагает преподаватель, студент может предложить свой вариант темы (обговаривается и согласовывается с преподавателем). Преподаватель определяет вид работы: индивидуальная или групповая. Результаты презентации оценивает преподаватель, могут быть привлечены студенты в рамках взаимооценки.

Список тем презентаций, а также критерии и шкала их оценки приведены в п.3. Фонда оценочных средств.

## **2.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания в рамках промежуточной аттестации**

Защита курсовой работы – это форма промежуточной аттестации, которая выполняется с целью усвоения и закрепления практических умений и знаний, овладения профессиональными компетенциями.

Процедура проведения данного оценочного мероприятия предполагает устную форму ответов обучающегося на вопросы, задаваемые преподавателем по теме работы. По усмотрению преподавателя процедура защиты курсовой работы может носить характер двустороннего взаимодействия (преподаватель – студент), а может быть и публичной, происходить в студенческой группе.

На защите обучающийся должен кратко изложить содержание своей работы, поставленные в ней проблемы, привести сведения об источниках, на основе которых она написана. Обучающийся должен заранее продумать ответы на наиболее общие вопросы, которые могут быть заданы, а также на специальные вопросы, относящиеся конкретно к теме исследования.

Критериями оценки курсовой работы являются:

- соответствие содержания теме работы (адекватность пунктов плана задачам курсового исследования, строгость подбора материала для обоснования доказательности суждений);
- полнота раскрытия темы (раскрытие каждого вопроса плана, наличие теоретического и практического материала и т.п.);

- самостоятельность написания (умение сопоставлять и анализировать научные подходы и идеи; излагать собственную точку зрения; делать выводы и обобщения);
- использование источников (наличие учебного, монографического материала, практики);
- соблюдение правил оформления, структуры работы, содержательных элементов (логичность, последовательность, ясность изложения; грамотность исследования профессиональных терминов; соответствие объему; наличие сносок, грамотность цитирования; наличие плана, введения, содержательной части, заключительной части и списка литературы)

компетентность в области избранной темы (глубина и точность ответов на вопросы, замечания и рекомендации во время защиты курсовой работы).

Перечень тем курсовых работ приведен в пункте 5.4., критерии и шкала оценки приведены в п.3.5 Фонда оценочных средств.

Студентами очной формы обучения курсовая работа (проект) сдается на кафедру не позднее чем за неделю до ее защиты. Студенты заочной форм обучения сдают работу (проект) на кафедру до начала промежуточной аттестации (зачетно-экзаменационной сессии).

Аттестация студента очной формы обучения по курсовой работе (проекту) должна быть проведена до начала экзаменационной сессии. Аттестация студента заочной формы обучения по курсовой работе (проекту) должна быть проведена до экзамена по соответствующей дисциплине (модулю).

Формой аттестации студента по курсовому проекту является дифференцированный зачет. По результатам защиты студенту выставляется оценка («неудовлетворительно», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). Курсовая работа (проект) публично защищается перед преподавателем и в присутствии студентов, каждый из которых имеет право задавать вопросы по существу работы.

Аттестация студента по курсовой работе (проекту) производится в виде ее защиты.

Технология описание подготовки и проведения защиты курсовой работы приведены в методических указаниях по подготовке курсовой работы.

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

Процедура проведения данного оценочного мероприятия включает в себя: собеседование преподавателя со студентами по вопросу экзаменационного билета и решения практических заданий.

Билет к экзамену содержит 2 вопроса из перечня вопросов, а также практическое задание, приведенные в п. 3.6.

Вопросы к экзамену и варианты практических заданий доводятся до сведения студентов заранее.

При подготовке к ответу пользование учебниками, учебно-методическими пособиями, средствами связи и электронными ресурсами на любых носителях запрещено.

Время на подготовку ответа – до 30 минут.

По истечении времени подготовки ответа, студент отвечает на вопросы экзаменационного билета. На ответ студента по каждому вопросу билета отводится, как правило, 3-5 минут.

После ответа студента преподаватель может задать дополнительные (уточняющие) вопросы или решение практико-ориентированных заданий в пределах предметной области экзаменационного задания.

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

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

### **Оценочные средства, критерии и шкала оценки Типовые задания для текущего контроля успеваемости**

#### **3.1. Перечень типовых тестовых заданий**

##### **Тест № 1**

**1. Под локальной вычислительной сетью при сборе, обработке, анализе и наглядном представлении информации понимают сеть:**

- a. включающую компьютеры, расположенные в одной комнате;
- b. включающую компьютеры, расположенные на небольшом расстоянии друг от друга;
- c. включающую компьютеры, расположенные в одном здании;
- d. корпоративную вычислительную;
- e. с одним сервером;
- f. многотерминальную систему;
- g. сеть Интернет.

**2. Что понимают под глобальной вычислительной сетью?**

- a. вычислительную сеть, объединяющую компьютеры, расположенные на большом расстоянии друг от друга;

- b. сеть Интернет;
  - c. корпоративную вычислительную сеть;
  - d. BBS, FidoNet, Internet, TokenRing, ArcNet;
  - e. вычислительную сеть с несколькими серверами.
- 3. Термин "сервер" обозначает:**
- a. компьютер;
  - b. программу;
  - c. специализированный компьютер, используемый в сетях для управления вычислительным процессом;
  - d. компьютер или программу, предназначенные для обслуживания "клиентов";
  - e. поисковую машину.
- 4. Назовите год начала работ над проектом, заложившим основу сети Интернет:**
- a. 1969;
  - b. 1966;
  - c. 1973;
  - d. 1980;
  - e. 1985.
- 5. Существует ли единый центр управления Интернет?**
- a. нет;
  - b. да;
  - c. существует несколько центров.
- 6. Назовите год и место создания среды WWW:**
- a. 1991 в США;
  - b. 1989 в США;
  - c. 1969 в США;
  - d. 1996 в Европе;
  - e. 1991 в Европе.
- 7. Протокол IP обеспечивает:**
- a. службу WWW;
  - b. работу электронной почты;
  - c. маршрутизацию пакетов информации в сети;
  - d. передачу данных в глобальной вычислительной сети;
  - e. прием информации в сети Интернет.
- 8. Протокол TCP обеспечивает:**
- a. сеансовую связь между двумя узлами в сети Интернет ;
  - b. управление передачей пакетов данных;
  - c. однозначную адресацию компьютеров в сети;
  - d. маршрутизацию пакетов.
- 9. Что представляет собой следующая комбинация цифр 195.34.32.11:**
- a. IP – адрес;
  - b. DNS – имя;
  - c. URL – ресурс;
  - d. ничего;
  - e. номер телефона;
  - f. адрес электронной почты.
- 10. Пакет – это:**
- a. файл, предназначенный для передачи по линиям связи;
  - b. фрагмент сообщения (логически завершенной порции данных), передающийся по сети;
  - c. упакованный (сжатый) файл;
  - d. электронное письмо.
- 11. Как пересылаются данные в Интернет?**
- a. а) файлами;
  - b. б) килобайтами;
  - c. в) байтами;
  - d. г) пакетами.
- 12. В каком порядке принимаются пакеты?**
- a. а) в порядке общей очереди;
  - b. б) в произвольном, а затем собираются в исходном порядке;
  - c. в) в порядке отправления;
  - d. г) в порядке, задаваемом адресатом;

- e. д) в порядке приоритета адресатов.
- 13. Как пересылаются пакеты адресату?**
- a. строго по установленному маршруту;
  - b. по единственному маршруту;
  - c. по маршруту, указанному пользователем;
  - d. через центральный компьютер;
  - e. по маршруту, доступному в данный момент;
  - f. по оптимальному маршруту.
- 14. Для чего используются DNS-имена?**
- a. для адресации компьютеров в форме, удобной для человека;
  - b. для указания адреса электронной почты;
  - c. в качестве имен файлов;
  - d. для систематизации информации в сети Интернет.
- 15. Как читается DNS-имя?**
- a. слева направо;
  - b. справа налево.
- 16. Универсальный указатель ресурса (URL) – это:**
- a. физический адрес конкретного ресурса сети Интернет;
  - b. путь к файлу в сети Интернет;
  - c. сочетание DNS-имени, имени ресурса и протокола доступа к ресурсу.
- 17. Что задает следующий текст: support@mtu.ru?**
- a. адрес электронной почты;
  - b. DNS – имя;
  - c. URL – ресурс;
  - d. поисковый сервер.
- 18. Какие протоколы используются при передаче и приеме почты?**
- a. NetBIOS;
  - b. SMTP/POP3;
  - c. TCP/IP;
  - d. IPX/SPX.
- 19. В чем назначение модема при создании и редактировании контента?**
- a. а) в преобразовании цифрового сигнала в аналоговый;
  - b. б) в преобразовании цифрового сигнала в аналоговый и наоборот;
  - c. г) в преобразовании аналогового сигнала в цифровой.
- 20. Провайдер – это:**
- a. программа, обеспечивающая управление устройствами;
  - b. устройство связи с Интернет;
  - c. поставщик услуг Интернет;
  - d. выделенный канал связи.
- 21. С помощью каких команд осуществляется в Windows соединение с сетью Интернет?**
- a. Сетевое окружение – Свойства;
  - b. Мой компьютер – Удаленный доступ к сети.
- 22. Гипертекст – это:**
- a. большой текст;
  - b. текст, содержащий переходы на другие блоки информации;
  - c. текст, разбитый на пакеты.
- 23. Гиперссылка – это:**
- a. адрес файла в Сети Интернет;
  - b. URL – адрес;
  - c. фрагмент текста, выделенный другим цветом;
  - d. фрагмент текста или графическое изображение, указывающие на дополнительную порцию информации.
- 24. WWW – это:**
- a. универсальная система управления доступа к файлам в Интернет;
  - b. служба электронной почты;
  - c. служба Интернет, обеспечивающая обмен гипертекстовыми документами;
  - d. служба, отвечающая за доступ к данным по протоколу FTP://.
- 25. Какой язык используется для представления информации на Web-страницах при позиционировании продукта и компаний?**
- a. английский;

- b. национальные языки;
  - c. алгоритмические языки;
  - d. Visual Basic;
  - e. HTML;
  - f. SQL.
- 26. Браузер – это:**
- a. программа, обеспечивающая навигацию в Интернет;
  - b. программа просмотра Web-документов;
  - c. драйвер модема;
  - d. устройство.
- 27. Какая программа-навигатор входит в состав Windows 98 и следующих версий ОС?**
- a. Netscape Navigator;
  - b. Internet Explorer;
  - c. Mosaic.
- 28. Какая программа для работы с электронной почтой входит в состав Windows 98 и следующих версий ОС?**
- a. Internet Explorer;
  - b. FrontPage;
  - c. Outlook Express;
  - d. Netscape Navigator.
- 29. Каким образом в поисковых системах строятся индексы?**
- a. автоматически;
  - b. программами-роботами;
  - c. людьми.
- 30. Каким образом в поисковых системах строятся каталоги?**
- a. программами-роботами;
  - b. б) автоматически;
  - c. людьми;
  - d. в диалоговом режиме.
- 31. В чем отличие индексов от каталогов?**
- a. индексы построены на основе ключевых слов, а каталоги – тематически;
  - b. каталоги построены на основе ключевых слов, а индексы – тематически.
- 32. В гибридных поисковых системах?**
- a. поиск происходит на разных типах серверов;
  - b. одновременно поддерживаются индексы и каталоги.
- 33. Что представляют собой метапоисковые системы при работе с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами?**
- a. поиск происходит на разных типах серверов;
  - b. одновременно поддерживаются индексы и каталоги.
- 34. Какая из перечисленных поисковых систем относится к классу гибридных?**
- a. Lycos;
  - b. AltaVista;
  - c. Yahoo!.

#### **Критерии и шкала оценки тестовых заданий**

Количество правильных ответов:

Менее 52% - «неудовлетворительно»

53-70% – «удовлетворительно»

71-85% – «хорошо»

86-100% – «отлично»

### **3.2. Перечень типовых практических заданий**

#### **Задание 1.**

Проанализируйте имеющиеся данные о ситуации на рынке коммуникационной продукции конкретной компании. Создайте и настройте через Директ Коммандер поисковую рекламу для фирмы.

#### **Задание 2.**

Выявите факторы, определяющие потребительский спрос на коммуникационную продукцию, существенные характеристики целевой аудитории потребителей конкретной компании. Постройте в Яндекс.Аудитории сегмент пользователей.

#### **Задание 3.**



Подготовить файл загрузки в Яндекс.Маркет для 5 товаров из интернет-магазина. Подготовить пример файла Google Feed для 5 товаров из интернет-магазина

**Задание 4.** Провести конкурентный анализ приоритетности информации во всех социальных сетях и предложить формат ведения социальных сетей для конкретной фирмы.

**Задание 5.**

Составить схемы и описание сегментов целевой аудитории фирмы; составить для фирмы контент-план для ВКонтакте и Instagram.

**Задание 6.**

Составить гипотезы для объявлений в таргете для редактированию контента конкретной фирмы.

**Задание 7.**

В рамках интеграции различных средств продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций, с помощью бесплатной версии Target Hunter собрать всех, кто проявлял активности в конкретном сообществе ВКонтакте.

**Задание 8.**

Подготовить эссе на тему «Разработка концепции продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий с использованием инструментов интернет-маркетинга»

### Критерии и шкала оценки решения практического задания

Оценка	Критерии
<b>Отлично</b>	<i>Отлично</i> ставится, если содержание работы/ответа полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практическое задание. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Обучающийся продемонстрировал в полном объеме необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. Продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы в целом отвечает установленным требованиям.
<b>Хорошо</b>	<i>Хорошо</i> ставится, если содержание работы/ответа достаточно полностью соответствует заданию. Обучающийся демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить задание, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечает установленным требованиям.
<b>Удовлетворительно</b>	При <i>удовлетворительном</i> ответе содержание работы/ответа недостаточно полностью соответствует заданию. Задание выполнено частично. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Научная терминология используется недостаточно, выводы не обоснованы. Личный вклад обучающегося в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечает установленным требованиям.
<b>Неудовлетворительно</b>	При <i>неудовлетворительном</i> ответе содержание работы/ответа не соответствует заданию. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем содержания выполненного задания. Оформление работы не отвечает установленным требованиям.

### 3.3. Перечень типовых тем презентаций

1. История интернет-рекламы.
2. Сущность интернет-рекламы.
3. Стандартная и нестандартная интернет-реклама.
4. Характеристики и свойства интернет-рекламы.
5. Назначение и виды компьютерных сетей.
6. Организация глобальной сети Интернет.

7. Особенности сети Интернет как канала массовой коммуникации и наглядного представления информации.
8. Специфика рынка интернет-рекламы.
9. Системы управления интернет-рекламой.
10. Составление коммерческих предложений. Презентации и другие документы, необходимые для продаж.
11. Веб-сайт как основной рекламный носитель в Интернете.
12. Формы позиционирования продукта и компаний и их продвижения в Интернете.
13. Баннерная реклама.
14. Контекстные системы рекламы при создании и редактировании контента.
15. Уровни анализа эффективности рекламы в Интернете.
16. Особенности выбора рекламных площадок при работе с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.
17. Программы для разработки веб-сайтов.
18. Определение эффективности веб-сайта.

#### **Критерии и шкала оценки презентаций**

Оценка	Критерии
Отлично	Отлично ставится, если содержание работы полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять презентацию. Полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Содержание работы полностью соответствует выбранной тематике. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов. Студент продемонстрировал в полном объеме: необходимые знания и умения; умение пользоваться нормативной, справочной и специальной литературой; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных. Продемонстрирован личный вклад студента в работу. Оформление работы в целом отвечает установленным требованиям.
Хорошо	Хорошо ставится, если содержание работы достаточно полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует знание учебного материала, умение успешно выполнить презентацию, усвоение основной литературы, рекомендованной в программе. Достаточно полно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя. Научная терминология используется достаточно, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы. Оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний учебного материала и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. Достаточно обоснование возможности практического использования полученных данных. Достаточно продемонстрирован личный вклад обучающегося в работу. Оформление работы отвечает установленным требованиям.
Удовлетворительно	При удовлетворительном ответе содержание работы недостаточно полностью соответствует заданию. Студент демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, допускает одну существенную ошибку, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя. Недостаточно освещает заданную тему, её актуальность и новизну. Научная терминология используется недостаточно, выводы недостаточно обоснованы. Студент, обнаруживший знания основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой. Личный вклад студента в работу недостаточен. Оформление работы не полностью отвечает установленным требованиям.
Неудовлетворительно	При неудовлетворительном ответе содержание работы не соответствует заданию. Выставляется обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении презентации. Оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании образовательного учреждения без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. В работе продемонстрирован

	низкий уровень знаний, допущены большие неточности, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем творческого продукта. Оформление работы не отвечает установленным требованиям.
--	---

### 3.4 Перечень типовых вопросов к устному опросу

1. История становления и развития интернет-рекламы.
2. Сущность и понятие Интернет-рекламы.
3. Понятие стандартной интернет-рекламы и способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации.
4. Понятие нестандартной интернет-рекламы.
5. Понятие скрытой интернет-рекламы.
6. Основные характеристики и свойства интернет-рекламы.
7. Назначение компьютерных сетей в интернет-рекламе.
8. Виды компьютерных сетей в интернет-рекламе.
9. Организация глобальной сети Интернет.
10. Основные сетевые технологии при работе с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.
11. Особенности Интернета как канала коммуникации в процессе создания и редактирования контента.
12. Понятие рынка интернет-рекламы.
13. Системы управления интернет-рекламой.
14. Понятие прайса в интернет-рекламе.
15. Составление коммерческих предложений на первом этапе продвижения интернет-рекламы.
16. Значение данных рейтинговых систем в процессе продвижения интернет-рекламы.
17. Презентации и другие документы, необходимые для продаж интернет-рекламы.
18. Веб-сайт как основной рекламный носитель в сети Интернет.
19. Формы позиционирования продукта и компаний и продвижения рекламы в сети Интернет.
20. Особенности баннерной рекламы.

### Критерии и шкала оценки ответа при устном опросе

Оценка	Критерии ответа
Отлично	Отлично ставится, если обучающийся демонстрирует глубокое, полное раскрытие основных направлений и перспектив развития рекламных технологий продвижения в сети Интернет; устанавливает содержательные межпредметные связи. Выдвигаемые им положения аргументированы и иллюстрированы примерами. В освещении проблем рекламных технологий продвижения в сети Интернет используется аналитический подход, обосновывается своя точка зрения; делаются содержательные выводы. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный.
Хорошо	Хорошо ставится, если обучающийся демонстрирует достаточно полный и правильный ответ; выдвигаемые теоретические положения подтверждены примерами; в ответе представлены различные подходы к рассматриваемой проблеме, но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения; сделаны краткие выводы; материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены две-три несущественные ошибки (или оговорки), исправленные по требованию преподавателя.
Удовлетворительно	При удовлетворительном ответе обучающийся допускает одну существенную ошибку; ответ недостаточно логически выстроен; базовые понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаток раскрытия теории; выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; не установлены межпредметные связи; ответ носит преимущественно описательный, а не концептуальный характер; научная терминология используется недостаточно.
Неудовлетворительно	В случае, когда обучающийся демонстрирует непонимание развития рекламных технологий продвижения в сети Интернет; в ответе допущен ряд существенных ошибок, которые он не может исправить при наводящих вопросах преподавателя; не может дать научное обоснование проблемы; выводы отсутствуют или носят поверхностный характер; преобладает бытовая лексика; наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии.

### Типовые задания для промежуточной аттестации

#### 3.5 Типовые темы для написания курсового проекта

1. Специфика работы с агентствами интернет-рекламы.
2. Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента.
3. Контекстная реклама.
4. Баннерная реклама
5. Товарная реклама.
6. Таргетированная реклама в социальных сетях.
7. Проектирование веб-сайтов: способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации.
8. Разработка веб-сайтов
9. Корпоративный сайт как основа интернет-коммуникаций.
10. Создание эффективных почтовых рассылок.
11. Использование блогов в рекламе.
12. Таргетинг в Интернете.
13. Особенности контекстной рекламы.
14. Маркетинг в социальных сетях.
15. Концепция CRM (Customer relationship management).
16. Свободная тема (тема предложенная студентом и согласованная с преподавателем)

### **Критерии и шкала оценки курсовой работы**

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если тема раскрыта глубоко, всесторонне, в соответствии с поставленными задачами; грамотно обоснована её проблематика; перечень использованных источников является достаточным для раскрытия темы, в обзоре источников содержится обстоятельная обобщенная характеристика достижений науки в рассматриваемой области, вскрыты существующие проблемы и противоречия; практическая часть выполнена грамотно, в полном объеме использованы рекомендуемые преподавателем методы и методики работы; в выводах и рекомендациях полно и правильно определены теоретические позиции и результаты личного исследования; соблюдены требования логики и ясности изложения; с помощью приложений конкретизируется содержание, раскрывается личный опыт деятельности автора; оформление соответствует всем требованиям.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, при выполнении вышеназванных требований имеются отдельные недочеты.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если курсовая работа раскрывает тему в соответствии с приведенными критериями, но в освещении отдельных вопросов и выполнении требований автором допущены некоторые ошибки и неточности (нарушение логики, неполнота или ошибочность анализа и выводов, недостаточность используемых источников, неточности в их обзоре, некритические ошибки в выполнении практической части, нарушение требований оформления и др.).

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если отсутствует в работе один из основных разделов; если имеются существенные неточности и несогласования в изложении материала; если допущены грубые ошибки в описательной и практической частях работы; если работа выполнена не самостоятельно, а просто механически (компилятивно) переписана из источников; если обучающийся на защите не владеет материалом, не в состоянии ответить на большинство заданных по существу работы вопросов.

## **3.6 Контрольные вопросы для устного ответа и перечень практических заданий на экзамене**

### **3.6.1 Перечень практических заданий**

#### **Задание 1.**

Рынок рекламы в Интернете в настоящее время находится только в начале своего развития. Свидетельством этого служат его достаточно небольшие обороты по сравнению с традиционным аналогом, а также отсутствие многих ведущих мировых игроков рынка традиционной рекламы. Проанализируйте потребительский спрос на коммуникационную продукцию и дайте прогноз дальнейшего развития рынка рекламы в Интернете. Какие основные факторы будут определять дальнейшее развитие этого сектора рынка?

#### **Задание 2.**

Мероприятия по стимулированию сбыта с каждым годом развития Интернета все чаще встречаются в арсенале компаний, предлагающих в нем свои товары и услуги. Найдите в Интернете примеры проводимых сегодня мероприятий по стимулированию сбыта в комплекс маркетинговых коммуникаций. Оцените задачи и цели каждого из найденных примеров. Какие предложения по совершенствованию политики стимулирования сбыта в Сети Вы можете предложить?

#### **Задание 3.**

Перечислите доводы в пользу использования Интернета при редактировании контента в качестве одного из инструментов организации связей с общественностью. В каких случаях оно наиболее эффективно, а в каких нет? Приведите примеры.

**Задание 4.**

Проведите оценку значимости и приоритетности получаемой информации и мониторинг Интернет - СМИ определенной тематики (спортивные, молодежные, женские); проанализируйте рекламную информацию (объем, тема, идея, композиция, аргументация, средства выразительности, убедительность).

**Задание 5.**

Очень важный фактор выгодно отличает интернет-рекламу – это не столь жесткие ограничения по времени. Ее может быть так много, сколько необходимо: за счет использования большего количества фактов, мнений, характеристик. Некоторые товары могут быть опробованы в Интернете: демоверсии программ, книг, аудиозаписи. Интернет подходит для рекламирования как традиционно эмоциональных, так и рациональных товаров, услуг, технологий, над приобретением которых реципиенту надо поразмышлять. Составьте собственный вариант рекламного текста в Интернете.

**Задание 6.**

Разработайте концепцию продвижения коммуникационной продукции, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий конкретной компании. Предложить комплекс инструментов интернет-маркетинга для продвижения фирмы в сети Интернет.

**Задание 7.**

Создать сайт на одном из конструкторов (Wix или Tilda).

**Задание 8.** Собрать семантическое ядро для сайта компании и составить карту релевантности сайта

### 3.6.2 Контрольные вопросы для устного опроса на экзамене

1. История становления и развития интернет-рекламы.
2. Сущность и понятие Интернет-рекламы.
3. Понятие стандартной интернет-рекламы.
4. Понятие нестандартной интернет-рекламы.
5. Понятие скрытой интернет-рекламы.
6. Основные характеристики и свойства интернет-рекламы.
7. Назначение компьютерных сетей в интернет-рекламе.
8. Виды компьютерных сетей в интернет-рекламе.
9. Организация глобальной сети Интернет.
10. Основные сетевые технологии.
11. Особенности Интернета как канала коммуникации и наглядного представления информации.
12. Понятие рынка интернет-рекламы.
13. Системы управления интернет-рекламой.
14. Понятие прайса в интернет-рекламе.
15. Составление коммерческих предложений на первом этапе продвижения интернет-рекламы.
16. Значение данных рейтинговых систем в процессе продвижения интернет-рекламы.
17. Презентации и другие документы, необходимые для продаж интернет-рекламы.
18. Веб-сайт как основной рекламный носитель в сети Интернет.
19. Формы позиционирования продукта и компаний и продвижения рекламы в сети Интернет.
20. Особенности баннерной рекламы.
21. Контекстные системы рекламы.
22. Уровни анализа эффективности рекламы в Интернете.
23. Перечень документов интернет-рекламиста при редактировании контента.
24. Контакты в интернет-рекламе.
25. Самостоятельный выбор рекламных площадок в процессе продвижения интернет-рекламы.
26. Сайт как инструмент рекламных продаж.
27. Веб-сайт как площадка для рекламы в Интернете.
28. Понятие хостинга. Факторы, влияющие на уровень сборов сайта.
29. Основные программы для разработки веб-сайтов.
30. Критерии определения эффективности веб-сайта.
31. Интернет-маркетинг.
32. Основные требования к информационному обеспечению рекламной деятельности при работе с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.
33. Товарная реклама.
34. Таргетированная реклама

- 35. Продвижение в социальных сетях
- 36. Корпоративный сайт как основа интернет-коммуникаций.
- 37. E-mail маркетинг.
- 38. Методы создания подписной страницы.
- 39. Блоги и блогосфера
- 40. Оценка эффективности корпоративных блогов

#### Критерии и шкала оценки экзамена по дисциплине

Оценка	Критерии ответа
<b>Отлично</b>	Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если знания отличаются глубиной и содержательностью, дается полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные; обучающийся свободно владеет научной терминологией; ответ структурирован, содержит анализ существующих теорий, научных школ, направлений и их авторов по вопросу билета; логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете; ответ характеризуется глубиной, полнотой и не содержит фактических ошибок; ответ иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики; обучающийся демонстрирует умение аргументировано вести диалог и научную дискуссию. Материал изложен в определенной логической последовательности, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Обучающийся, демонстрирует умение свободно выполнять практическое задание; обоснованность результатов и выводов, оригинальность идеи; способность представлять результаты исследования в творческой форме; обоснование возможности практического использования полученных данных.
<b>Хорошо</b>	Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если знания имеют достаточный содержательный уровень, однако отличаются слабой структурированностью; содержание билета раскрывается, но имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы; имеющиеся в ответе несущественные фактические ошибки, обучающийся способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета; недостаточно логично изложен вопрос; обучающийся не может назвать авторов той или иной теории по вопросу билета; ответ прозвучал недостаточно уверенно; обучающийся не смог продемонстрировать способность к интеграции теоретических знаний и практики. Обучающийся демонстрирует умение успешно выполнить задание, при этом допущены две-три несущественные ошибки, исправленные по требованию преподавателя, отражена новизна полученных данных, выводы достаточно обоснованы.
<b>Удовлетворительно</b>	Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если содержание билета раскрыто слабо, знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью, имеются неточности при ответе на основные вопросы билета; программные материалы в основном излагаются, но допущены фактические ошибки; обучающийся не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты; обучающийся не может привести пример для иллюстрации теоретического положения; отсутствует понимание излагаемого материала, материал слабо структурирован; у обучающегося отсутствуют представления о межпредметных связях. Задание выполнено частично. Обучающийся демонстрирует недостаточное освещение заданной темы, допущены погрешности и неточности, выводы не обоснованы.
<b>Неудовлетворительно</b>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если обнаружено незнание или непонимание предмета изучения дисциплины; содержание вопросов билета не раскрыто, допускаются существенные фактические ошибки, которые обучающийся не может исправить самостоятельно; на большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена обучающийся затрудняется дать ответ или не дает верных ответов. В работе продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, наблюдаются значительные неточности в использовании научной терминологии, нет выводов, ограничен объем содержания выполненного задания.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.


**Дополнения и изменения к рабочей программе дисциплины  
«Рекламные технологии продвижения в сети Интернет»  
направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль) программы: Реклама и связи с общественностью в  
коммерческой сфере  
на 2020/2021, 2021/2022, 2022/23 уч.г.**

Внесенные изменения на 2023/2024  
учебный год



УТВЕРЖДАЮ

Декан социально-психологического  
факультета

  
Т.В. Поштарева  
«19» мая 2023 г.

В рабочую программу вносятся следующие изменения:

**8.3. Программное обеспечение**

Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus 2019, Google Chrome, Яндекс Браузер, Яндекс 360, Антивирус

**8.4. Профессиональные базы данных**

База данных психологов, работающих на территории РФ - <http://www.psychology-guide.ru>

База данных психологических методик - [https://hr-portal.ru/psy\\_tools?ysclid=16yr3dpf27651016965](https://hr-portal.ru/psy_tools?ysclid=16yr3dpf27651016965)

**8.5. Информационные справочные системы**

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

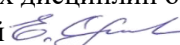
Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru/>

*Поисковые системы*

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

Поисковая система Yandex - <https://www.rambler.ru/>


Поисковая система Yahoo - <https://www.yahoo.com/>

Рабочая программа пересмотрена и рекомендована на заседании кафедры социально-гуманитарных дисциплин от «19» мая 2023 г. протокол № 9  
зав. кафедрой  Е.В. Смирнова

Рабочая программа пересмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии СПФ «19» мая 2023 г. протокол № 9

Председатель УМК  Т.В. Поштарева

СОГЛАСОВАНО:

Зав. выпускающей кафедрой социально-гуманитарных наук  Е.В. Смирнова  
«19» мая 2023 г. протокол № 9