

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор,



Хагуров Т.А.

«29» мая 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б1.В.11 ПРОЕКТИРОВАНИЕ, МОДЕРНИЗАЦИЯ И
ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТОВ**

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

Направление подготовки/специальность 42.03.01 реклама и связи с
общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация реклама и связи с
общественностью в СМИ

(наименование направленности (профиля) специализации)

Форма обучения очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2020

Рабочая программа дисциплины Б1.В.11 Проектирование, модернизация и продвижение сайтов составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):

К.В. Виноградова, доцент, канд. истор. наук, доцент
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


_____ подпись

Рабочая программа дисциплины Б1.В.11 Проектирование, модернизация и продвижение сайтов утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № 11 «27» мая 2020 г.

Заведующий кафедрой
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.
_____ фамилия, инициалы


_____ подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № 11 «27» мая 2020 г.

Заведующий кафедрой
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.
_____ фамилия, инициалы



_____ подпись


Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 12-20 «28» мая 2020 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.
_____ фамилия, инициалы


_____ подпись

Рецензенты:

 А.А. Минский, ведущий консультант отдела реализации государственной политики в области информационного обеспечения департамента информационной политики Краснодарского края

 М.И. Зосим, руководитель EVENT-агентства «Креативная группа МЯТА»

1. Цели и задачи изучения дисциплины (модуля)

1.1 Цель освоения дисциплины – сформировать у студентов знания и практические умения в области интернет-маркетинга, развития и продвижения бизнеса, используя все возможности Сети Интернет.

1.2. Задачи дисциплины:

Реализация данной цели предполагает решение следующих задач:

- сформировать у студентов знание основных требований к эффективному веб-сайту;
- ознакомить с ключевыми понятиями, категориями, методами интернет-маркетинга;
- познакомить с зарубежным и отечественным опытом применения интернет-маркетинговых инструментов;
- развить навыки студентов по участию в интернет;
- создать у студентов навык общения, установления новых контактов через Интернет;
- сформировать навыки работы в IT-команде, или IT-проекте.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Проектирование, модернизация и продвижение сайтов» относится к *обязательной части* Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: «Теория и практика массовой информации», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Информационно-коммуникационные технологии и анализ данных».

Учебная дисциплина «Проектирование, модернизация и продвижение сайтов» способствует углублению знаний и навыков, получаемых в процессе освоения базовых гуманитарных дисциплин и ряда профессиональных (профильных).

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *профессиональных компетенций (ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции		
			знает	умеет	владеет
1	ПК-3	способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере	специфику создания и редактирования контента сайта	организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта	навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта
2	ПК 4	способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей	методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктур	осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных	методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной

№ п.п.	Индекс компетенции	Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции		
			знает	умеет	владеет
		посетителей сайта	ы организации	х потребностей посетителей сайта	инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта

2. Структура и содержание дисциплины

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зач. ед. (108 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице
(для студентов ОФО)

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры (часы)			
		7			
Контактная работа, в том числе:					
Аудиторные занятия (всего):					
Занятия лекционного типа	32	32			
Лабораторные занятия	18	18			
Занятия семинарского типа (семинары, практические занятия)	18	18			
Иная контактная работа:					
Контроль самостоятельной работы (КСР)	6	6			
Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2	0,2			
Самостоятельная работа, в том числе:	33,8	33,8			
<i>Курсовая работа</i>					
<i>Проработка учебного (теоретического материала)</i>	20	20			
<i>Выполнение индивидуальных заданий (подготовка сообщений, презентаций)</i>	13,8	13,8			
Подготовка к текущему контролю					
Контроль:					
Подготовка к экзамену					
Общая трудоёмкость					
час.	108	108			
в том числе контактная работа	74,2	74,2			
зач. ед.	3	3			

2.2 Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоёмкости по разделам дисциплины.
Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре (очная форма)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Создание сайта. Дизайн сайта. Контент. Юзабилити	25,8	8	4	4	9,8
2.	Продвижение сайта. Способы продвижения	20	6	4	4	6
3.	Каналы Интернет-рекламы. Контекстная реклама	20	6	4	4	6
4.	Социальные сети и их роль в интернет-маркетинге	20	6	4	4	6
5.	Анализ сайта. Конверсия сайта. <i>Итоговое занятие</i>	16	6	2	2	6
	<i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i>	101,8	32	18	18	33,8
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	6				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,2				
	Подготовка к текущему контролю					
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

2.3 Содержание разделов дисциплины:

2.3.1 Занятия лекционного типа

№	Наименование раздела (темы)	Содержание раздела (темы)	Форма текущего контроля
1	2	3	4
1.	Создание сайта. Дизайн сайта. Контент. Юзабилити	Основные понятия и категории интернет-маркетинга. Практическая значимость курса.	Конспект лекции
2.	Создание сайта. Дизайн сайта. Контент. Юзабилити	Как выбрать веб-студию для создания сайта. Критерии эффективного сайта. Элементы сайта. Дизайн сайта.	Конспект лекции
3.	Создание сайта. Дизайн сайта. Контент. Юзабилити	Расположение блоков. Красота и функциональность. Кроссбраузерность. Адаптивная верстка. Контент сайта. Требования к наполнению сайта. Юзабилити и его значение.	Конспект лекции
4.	Продвижение сайта. Способы продвижения	Понятие продвижения. Поисковая оптимизация. Ссылочная масса. Семантическое ядро и иные понятия продвижения.	Конспект лекции
5.	Продвижение сайта. Способы продвижения	Способы продвижения сайтов. Виды продвижения и оплата за продвижение. Видимость сайта.	Конспект лекции
6.	Продвижение сайта. Способы продвижения	Эффективные показы. Поисковые системы и поисковые запросы. Пассивное продвижение. Выбор SEO-оптимизатора. Отчет о продвижении сайта	Конспект лекции

7.	Каналы Интернет-рекламы. Контекстная реклама	Каналы интернет рекламы. Виды интернет рекламы. Контекстная реклама.	Конспект лекции
8.	Каналы Интернет-рекламы. Контекстная реклама	Правила составления объявления. CTR (показатель кликабельности) и его влияние на цену клика. Спецразмещение. РСЯ и рекламная сеть Google.	Конспект лекции
9.	Каналы Интернет-рекламы. Контекстная реклама	Система торгов. Программы оптимизации расходов. Баннерная реклама. Оптимизация бюджета. Как анализировать эффективность рекламы и оптимизировать рекламный бюджет	Конспект лекции
10	Социальные сети и их роль в интернет-маркетинге	Виды социальных сетей. Различие соцсетей в зависимости от их функций и популярности. Facebook – крупнейшая соцсеть в мире. Создание и продвижение тематической группы.	Конспект лекции
11	Социальные сети и их роль в интернет-маркетинге	Особенности продвижения в Facebook. Instagram. Вконтакте – крупнейшая российская социальная сеть. Профессиональные социальные сети.	Конспект лекции
12	Социальные сети и их роль в интернет-маркетинге	Посты и рассылка приглашений. Реклама в социальных сетях. Создание и продвижение корпоративного Twitter-аккаунта. Блог как канал продвижения и рекламы	Конспект лекции
13	Анализ сайта. Конверсия сайта.	Инструменты анализа сайта. Сервисы для самостоятельного анализа. Инструменты повышения конверсии.	Конспект лекции
14	Анализ сайта. Конверсия сайта	. Что такое Page Rank, ТИЦ и их значение. Количество проиндексированных страниц. Средние и лучшие показатели. Понятие конверсии сайта.	Конспект лекции
15	Анализ сайта. Конверсия сайта	Продающие фишки и баннеры. Страница приземления или Целевая страница. Форма отправки заявки. Описание преимуществ.	Конспект лекции
16	Анализ сайта. Конверсия сайта. <i>Итоговое занятие</i>	Блоки: Спецпредложения, Лучшие товары, Новости, Отзывы, Онлайн-консультации и пр. Улучшение контента. Принципы: регулярность, актуальность, глубина. Отличие Email-маркетинга со SPAMa.	Конспект лекции

2.3.2 Занятия семинарского типа

№	Наименование раздела (темы)	Тематика практических занятий (семинаров)	Форма текущего контроля
1	2	3	4

1.	Создание сайта. Дизайн сайта. Контент. Юзабилити	Основные понятия и категории интернет-маркетинга. Практическая значимость курса. Как выбрать веб-студию для создания сайта. Критерии эффективного сайта. Элементы сайта. Дизайн сайта.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
2.	Создание сайта. Дизайн сайта. Контент. Юзабилити	Расположение блоков. Красота и функциональность. Кроссбраузерность. Адаптивная верстка. Контент сайта. Требования к наполнению сайта. Юзабилити и его значение.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
3.	Продвижение сайта. Способы продвижения	Понятие продвижения. Поисковая оптимизация. Ссылочная масса. Семантическое ядро и иные понятия продвижения. Способы продвижения сайтов. Виды продвижения и оплата за продвижение.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
4.	Продвижение сайта. Способы продвижения	Видимость сайта. Эффективные показы. Поисковые системы и поисковые запросы. Пассивное продвижение. Выбор SEO-оптимизатора. Отчет о продвижении сайта	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
5.	Каналы Интернет-рекламы. Контекстная реклама	Каналы интернет рекламы. Виды интернет рекламы. Контекстная реклама.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
6.	Каналы Интернет-рекламы. Контекстная реклама	Правила составления объявления. CTR (показатель кликабельности) и его влияние на цену клика. Спецразмещение. РСЯ и рекламная сеть Google. Система торгов. Программы оптимизации расходов. Баннерная реклама. Оптимизация бюджета. Как анализировать эффективность рекламы и оптимизировать рекламный бюджет	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
7.	Социальные сети и их роль в интернет-маркетинге	Виды социальных сетей. Различие соцсетей в зависимости от их функций и популярности. Facebook – крупнейшая соцсеть в мире.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат
8.	Социальные сети и их роль в интернет-маркетинге	Особенности продвижения в Facebook. Instagram. Вконтакте – крупнейшая российская социальная сеть. Профессиональные социальные сети. Создание и продвижение тематической группы. Посты и рассылка приглашений.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

		Реклама в социальных сетях. Создание и продвижение корпоративного Twitter-аккаунта. Блог как канал продвижения и рекламы	
9.	Анализ сайта. Конверсия сайта.	Инструменты анализа сайта. Сервисы для самостоятельного анализа. Что такое Page Rank, ТИЦ и их значение. Количество проиндексированных страниц. Средние и лучшие показатели. Понятие конверсии сайта. Инструменты повышения конверсии. Продающие фишки и баннеры. Страница приземления или Целевая страница. Форма отправки заявки. Описание преимуществ. Блоки: Спецпредложения, Лучшие товары, Новости, Отзывы, Онлайн-консультации и пр. Улучшение контента. Принципы: регулярность, актуальность, глубина. Отличие Email-маркетинга со SPAMa.	опрос по ключевым аспектам раздела, реферат

2.3.3 Лабораторные занятия

№	Наименование лабораторных работ	Форма текущего контроля
1	3	4
1.	Создание сайта. Дизайн сайта. Контент. Юзабилити	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
2.	Создание сайта. Дизайн сайта. Контент. Юзабилити	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
3.	Продвижение сайта. Способы продвижения	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
4.	Продвижение сайта. Способы продвижения	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
5.	Каналы Интернет-рекламы. Контекстная реклама	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
6.	Каналы Интернет-рекламы. Контекстная реклама	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
7.	Социальные сети и их роль в интернет-маркетинге	<i>Отчет по лабораторной работе</i>
8.	Социальные сети и их роль в интернет-маркетинге	<i>Отчет по лабораторной работе</i>

9.	Анализ сайта. Конверсия сайта.	Отчет по лабораторной работе
----	--------------------------------	------------------------------

2.3.4 Примерная тематика курсовых работ (проектов)

Написание курсовых работ по данной дисциплине – не предусмотрено.

2.4 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

№	Вид СРС	Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины по выполнению самостоятельной работы
1	2	3
1.	Самостоятельная проработка теоретического материала	<p>Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017</p> <p>Архипов, В. В. Интернет-право [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Архипов В. В. - М. : Юрайт, 2018. - 249 с. - https://biblioonline.ru/book/6150E7E8-356C-4072-94D3B533BCCF0746/internet-pravo.</p> <p>Баркович, А.А. Интернет-дискурс: компьютерноопосредованная коммуникация [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Баркович. - 2-е изд. - М. : Флинта, 2015. - 288 с. - https://e.lanbook.com/book/74582.</p> <p>Бердышев, Сергей Николаевич. Секреты эффективной интернет-рекламы [Текст] : практическое пособие / С. Н. Бердышев. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 120 с. : ил. - Библиогр.: с. 119-120. - ISBN 978-5-394-01667-7</p> <p>Кобелев, О. А. Электронная коммерция [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. А. Кобелев. - М. : Дашков и К°, 2017. - 684 с. - https://e.lanbook.com/book/93389#authors.</p> <p>Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017</p> <p>Коханова, Л. А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс] : учебник / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. - М. : ЮНИТИДАНА, 2015. - 383 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712.</p> <p>Севостьянов, Иван Олегович. Поисковая оптимизация [Текст] : практическое руководство по продвижению сайта в Интернете / И. Севостьянов. - 3-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2017. - 270 с. : ил. - (Маркетинг для профессионалов). - ISBN 978-5-496-02311-5 : 349 р. 27 к.</p> <p>Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко ; ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 336 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114422&sr=1.</p> <p>Уланова, М. А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс] : практическое руководство : учебное пособие для студентов</p>

	<p>вузов / М. А. Уланова. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 238 с. - https://e.lanbook.com/book/97231.</p> <p>Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210</p>
2.	<p>Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017</p> <p>Архипов, В. В. Интернет-право [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Архипов В. В. - М. : Юрайт, 2018. - 249 с. - https://biblioonline.ru/book/6150E7E8-356C-4072-94D3B533BCCF0746/internet-pravo.</p> <p>Баркович, А.А. Интернет-дискурс: компьютерноопосредованная коммуникация [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Баркович. - 2-е изд. - М. : Флинта, 2015. - 288 с. - https://e.lanbook.com/book/74582.</p> <p>Бердышев, Сергей Николаевич. Секреты эффективной интернет-рекламы [Текст] : практическое пособие / С. Н. Бердышев. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 120 с. : ил. - Библиогр.: с. 119-120. - ISBN 978-5-394-01667-7</p> <p>Кобелев, О. А. Электронная коммерция [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. А. Кобелев. - М. : Дашков и К°, 2017. - 684 с. - https://e.lanbook.com/book/93389#authors.</p> <p>Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар: КубГУ, 2017</p> <p>Коханова, Л. А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс] : учебник / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. - М. : ЮНИТИДАНА, 2015. - 383 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712.</p> <p>Севостьянов, Иван Олегович. Поисковая оптимизация [Текст] : практическое руководство по продвижению сайта в Интернете / И. Севостьянов. - 3-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2017. - 270 с. : ил. - (Маркетинг для профессионалов). - ISBN 978-5-496-02311-5 : 349 р. 27 к.</p> <p>Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко ; ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 336 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114422&sr=1.</p> <p>Уланова, М. А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс] : практическое руководство : учебное пособие для студентов вузов / М. А. Уланова. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 238 с. - https://e.lanbook.com/book/97231.</p> <p>Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210</p>

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла,
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

3. Образовательные технологии

Для развития и формирования профессиональных навыков студентов в процессе освоения дисциплины предусмотрены традиционные лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

В соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью реализация компетентного подхода должна предусматривать использование в учебном процессе интерактивных форм проведения занятий, в сочетании с внеурочной работой с целью формирования и развития требуемых компетенций обучающихся. В рамках данного курса используются такие интерактивные формы проведения занятий как коллоквиум.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты и личных кабинетов.

4. Оценочные и методические материалы

4.1 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Проектирование, модернизация и продвижение сайтов».

Оценочные средства включает контрольные материалы для проведения **текущего контроля** в форме доклада-презентации по проблемным вопросам и **промежуточной аттестации** в форме вопросов и заданий к зачету.

Критерии оценивания

Оценка «зачтено». Выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал различной литературы, правильно обосновывает принятое нестандартное решение, владеет разносторонними навыками и

приемами выполнения практических задач по формированию общепрофессиональных компетенций.

Оценка «не зачтено». Выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, неуверенно отвечает, допускает серьезные ошибки, не имеет представлений по методике выполнения практической работы. Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей. – при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене; – при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями; – при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания

Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

– при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене;

– при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями;

– при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
	Создание сайта. Дизайн сайта. Контент. Юзабилити	ПК-3	<i>Реферат</i>	<i>Вопрос на зачете 1-4, 31-32, 35</i>
	Продвижение сайта. Способы продвижения	ПК-3	<i>Реферат</i>	<i>Вопрос на зачете 6-9, 33, 36</i>

Каналы Интернет-рекламы. Контекстная реклама	<i>ПК-4</i>	<i>Реферат</i>	<i>Вопрос на зачете 10-13, 26-30</i>
Социальные сети и их роль в интернет-маркетинге	<i>ПК-4</i>	<i>Реферат</i>	<i>Вопрос на зачете 14-20, 34</i>
Анализ сайта. Конверсия сайта.	<i>ПК-3</i>	<i>Реферат</i>	<i>Вопрос на зачете 21-25</i>

Показатели, критерии и шкала оценки сформированных компетенций

Код и наименование компетенций	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	пороговый	базовый	продвинутый
	Оценка		
	Удовлетворительно /зачтено Низкий уровень сформированности	Хорошо/зачтено Средний уровень сформированности	Отлично /зачтено Высокий уровень сформированности
<i>ПК-3</i> способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере	Знает специфику создания и редактирования контента сайта	Знает специфику создания и редактирования контента сайта	Знает специфику создания и редактирования контента сайта
	Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта	Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта	Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта
	Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта	Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта	Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта
<i>ПК-4</i> способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта	Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации	Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации	Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации
	Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта	Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта	Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта
	Владеет методами и	Владеет методами и	Владеет методами и

	приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта	приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта	приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта
--	---	---	---

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы для семинаров

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством: ПК-3, ПК-4

Примерная тематика семинарских занятий

Тема 1. Создание сайта. Дизайн сайта. Контент. Юзабилити

Вопросы для подготовки:

1. Основные понятия и категории интернет-маркетинга.
2. Критерии эффективного сайта.
3. Элементы сайта. Дизайн сайта. Расположение блоков. Красота и функциональность.
4. Кроссбраузерность. Адаптивная верстка.
5. Контент сайта. Требования к наполнению сайта.
6. Юзабилити и его значение.

Тема 2. Продвижение сайта. Способы продвижения

Вопросы для подготовки:

1. Понятие продвижения. Поисковая оптимизация. Ссылочная масса.
2. Семантическое ядро и иные понятия продвижения. Способы продвижения сайтов. Виды продвижения и оплата за продвижение.
3. Видимость сайта. Эффективные показы. Поисковые системы и поисковые запросы.
4. Пассивное продвижение. Выбор SEO-оптимизатора.
5. Отчет о продвижении сайта

Тема 3. Каналы Интернет-рекламы. Контекстная реклама

Вопросы для подготовки:

1. Каналы интернет рекламы. Виды интернет рекламы.
2. Контекстная реклама. Правила составления объявления.
3. CTR (показатель кликабельности) и его влияние на цену клика. Спецразмещение.
4. РСЯ и рекламная сеть Google. Система торгов.
5. Программы оптимизации расходов.

6. Баннерная реклама.
7. Оптимизация бюджета. Как анализировать эффективность рекламы и оптимизировать рекламный бюджет

Тема 4: Социальные сети и их роль в интернет-маркетинге

Вопросы для подготовки:

1. Соцсети и их роль в интернет-маркетинге. Виды социальных сетей. Различие соцсетей в зависимости от их функций и популярности.
2. Facebook – крупнейшая соцсеть в мире. Особенности продвижения в этой социальной сети.
3. Вконтакте – крупнейшая российская социальная сеть.
4. Инстаграмм
5. Телеграм
6. Профессиональные социальные сети. Создание и продвижение тематической группы.
7. Посты и рассылка приглашений.
8. Реклама в социальных сетях.
9. Блог как канал продвижения и рекламы.

Тема 5: Анализ сайта. Конверсия сайта.

Вопросы для подготовки:

1. Инструменты анализа сайта. Сервисы для самостоятельного анализа.
2. Количество проиндексированных страниц. Средние и лучшие показатели.
3. Понятие конверсии сайта. Инструменты повышения конверсии. Продающие фишки и баннеры.
4. Страница приземления или Целевая страница. Форма отправки заявки.
5. Описание преимуществ. Блоки: Спецпредложения, Лучшие товары, Новости, Отзывы, Онлайн-консультации и пр.
6. Улучшение контента. Принципы: регулярность, актуальность, глубина. Отличие Email-маркетинга со СПАМа.

Примерная тематика лабораторных занятий:

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством: ПК-3, ПК-4

Тема 1. Создание сайта. Дизайн сайта. Контент. Юзабилити

Задание: рассмотреть создание сайта, дизайн сайта, контент, юзабилити на конкретных примерах (по выбору студента)

Тема 2. Продвижение сайта. Способы продвижения

Задание: рассмотреть продвижение сайта, способы продвижения на примере конкретного сайта (по выбору студента)

Тема 3: Каналы Интернет-рекламы. Контекстная реклама

Задание: проанализировать каналы Интернет-рекламы и примеры контекстной рекламы (по выбору студента)

Тема 4. Социальные сети и их роль в интернет-маркетинге

Задание: проанализировать социальные сети и их роль в интернет-маркетинге на примере конкретной соцсети (по выбору студента)

Тема 5. Анализ сайта. Конверсия сайта.

Задание: осуществить анализ сайта на примере конкретного сайта (по выбору студента)

Темы рефератов

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством: ПК-3, ПК-4

1. Классификация рекламы в Интернет
2. Специфика региональной рекламы в электронных СМИ.
3. Отличительные черты региональной медиарекламы.
4. Особенности региональной политической рекламной кампании в электронных СМИ.
5. Нестандартная реклама в Интернет
6. Интернет-СМИ и реклама: основы взаимодействия
7. Продукт Интернет - рекламы
8. Интернет-реклама на рынке
9. Вопросы регулирования на рынке рекламы в интернете
10. Рекламные технологии Интернета
11. Рекламный баннер
12. Рекламный видеоролик
13. Интернет-сайт как рекламный продукт
14. Создание рекламного продукта в Интернете
15. Каналы интернет рекламы. Виды интернет рекламы.
16. Контекстная реклама. Правила составления объявления.
17. Рекламная сеть Google.
18. Баннерная реклама.
19. Оптимизация бюджета.
20. Соцсети и их роль в интернет-маркетинге. Виды социальных сетей.
21. Различие соцсетей в зависимости от их функций и популярности.
22. Facebook – крупнейшая соцсеть в мире. Особенности продвижения в этой социальной сети.
23. Вконтакте – крупнейшая российская социальная сеть как канал рекламы
24. Инстаграм – особенности социальной сети как канала рекламы
25. Профессиональные социальные сети. Создание и продвижение тематической группы. Посты и рассылка приглашений.
26. Реклама в социальных сетях. Создание и продвижение корпоративного Twitter-аккаунта.
27. Блог как канал продвижения и рекламы.
28. Коммерческая реклама в Интернете
29. Социальная реклама и PR в Интернете
30. Корпоративная реклама и PR в Интернете

31. Менеджмент рекламы в Интернет-СМИ
32. Эффективность интернет-рекламы
33. Рекламная кампания в Интернете по продвижению СМИ
34. Особенности рекламного текста в продвижении СМИ
35. Планирование рекламной кампания по продвижению СМИ

Зачетно-экзаменационные материалы для промежуточной аттестации (экзамен/зачет)

Вопросы для подготовки к зачету:

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством: ПК-3, ПК-4

1. Критерии эффективного сайта. Элементы сайта.
2. Дизайн сайта. Расположение блоков. Красота и функциональность.
3. Кроссбраузерность. Адаптивная верстка.
4. Контент сайта. Требования к наполнению сайта.
5. Юзабилити и его значение.
6. Понятие продвижения. Поисковая оптимизация. Ссылочная масса.
7. Семантическое ядро и иные понятия продвижения. Способы продвижения сайтов. Виды продвижения и оплата за продвижение.
8. Видимость сайта. Эффективные показы. Поисковые системы и поисковые запросы.
9. Пассивное продвижение. Выбор SEO-оптимизатора. Отчет о продвижении сайта
10. Каналы интернет рекламы. Виды интернет рекламы. Контекстная реклама.
11. Правила составления объявления. CTR (показатель кликабельности) и его влияние на цену клика. Спецразмещение.
12. РСЯ и рекламная сеть Google. Система торгов. Программы оптимизации расходов. Баннерная реклама.
13. Оптимизация бюджета. Как анализировать эффективность рекламы и оптимизировать рекламный бюджет.
14. Соцсети и их роль в интернет-маркетинге. Виды социальных сетей. Различие соцсетей в зависимости от их функций и популярности.
15. Facebook – крупнейшая соцсеть в мире. Особенности продвижения в этой социальной сети.
16. Вконтакте – крупнейшая российская социальная сеть как канал рекламы
17. Инстаграм – особенности социальной сети как канала рекламы
18. Профессиональные социальные сети. Создание и продвижение тематической группы. Посты и рассылка приглашений.
19. Реклама в социальных сетях. Создание и продвижение корпоративного Twitter-аккаунта.
20. Блог как канал продвижения и рекламы.
21. Инструменты анализа сайта. Сервисы для самостоятельного анализа. Что такое Page Rank, ТИЦ и их значение. Количество проиндексированных страниц.
22. Средние и лучшие показатели. Понятие конверсии сайта. Инструменты повышения конверсии. Продающие фишки и баннеры.
23. Страница приземления или Целевая страница. Форма отправки заявки. Описание преимуществ.
24. Блоки: Спецпредложения, Лучшие товары, Новости, Отзывы, Онлайнконсультации и пр.
25. Улучшение контента. Принципы: регулярность, актуальность, глубина. Отличие Email-маркетинга со СПАМа.

26. Рекламный ролик на телевидении и в Интернете.
27. Социальная реклама и PR в Интернете
28. Корпоративная реклама и PR в Интернете
29. Менеджмент рекламы в Интернет-СМИ
30. Эффективность интернет-рекламы
31. Проблемы регулирования среды Интернет.
32. Спонсорство как комплексный вид размещения рекламы в сети Интернет.
33. Интерактивная коммуникация в сети.
34. Стилистические особенности текста в сети Интернет.
35. Рекламная деятельность Интернет-ресурса.
36. Рекламная кампания по продвижению интернет-ресурса

4.2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания на зачете:

Студенты обязаны сдать зачет в соответствии с расписанием и учебным планом. Зачет является формой контроля усвоения студентом учебной программы по дисциплине или ее части, выполнения практических, контрольных, реферативных работ.

Результат сдачи зачета по прослушанному курсу должны оцениваться как итог деятельности студента в семестре, а именно - по посещаемости лекций, результатам работы на практических занятиях, выполнения самостоятельной работы. При этом допускается на очной форме обучения пропуск не более 20% занятий, с обязательной отработкой пропущенных семинаров. Студенты, у которых количество пропусков, превышает установленную норму, не выполнившие все виды работ и неудовлетворительно работавшие в течение семестра, проходят собеседование с преподавателем, который опрашивает студента на предмет выявления знания основных положений дисциплины.

Критерии оценивания

Оценка «зачтено». Выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал различной литературы, правильно обосновывает принятое нестандартное решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач по формированию общепрофессиональных компетенций.

Оценка «не зачтено». Выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, неуверенно отвечает, допускает серьезные ошибки, не имеет представлений по методике выполнения практической работы. Оценочные средства для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбираются с учетом их индивидуальных психофизических особенностей. – при необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на экзамене; – при проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями; – при необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания

Методические указания, рекомендации и требования по подготовке реферата:

Реферат (Р) – письменная работа объемом 10-18 печатных страниц, выполняемая студентом в течение длительного срока (от одной недели до месяца), краткое точное изложение сущности какого-либо вопроса, темы на основе одной или нескольких книг, монографий или других первоисточников

Реферат должен содержать основные фактические сведения и выводы по рассматриваемому вопросу. Реферат отвечает на вопрос - что содержится в данной публикации (публикациях). В настоящее время, помимо реферирования прочитанной литературы, от студента требуется аргументированное изложение собственных мыслей по рассматриваемому вопросу. Тему реферата может предложить преподаватель или сам студент, в последнем случае она должна быть согласованна с преподавателем. В реферате нужны развернутые аргументы, рассуждения, сравнения. Материал подается не столько в развитии, сколько в форме констатации или описания.

Содержание реферируемого произведения излагается объективно от имени автора. Если в первичном документе главная мысль сформулирована недостаточно четко, в реферате она должна быть конкретизирована и выделена.

К основным функциям реферата следует отнести: информативную (ознакомительную); поисковую; справочную; сигнальную; индикативную; адресную коммуникативную. Степень выполнения этих функций зависит от содержательных и формальных качеств реферата, а также от того, кто и для каких целей их использует.

Требования к языку реферата: он должен отличаться точностью, краткостью, ясностью и простотой.

Структура реферата:

Титульный лист. После титульного листа на отдельной странице следует оглавление (план, содержание), в котором указаны названия всех разделов (пунктов плана) реферата и номера страниц, указывающие начало этих разделов в тексте реферата.

После оглавления следует введение. Объем введения составляет 1,5-2 страницы.

Основная часть реферата может иметь одну или несколько глав, состоящих из 2-3 параграфов (подпунктов, разделов) и предполагает осмысленное и логичное изложение главных положений и идей, содержащихся в изученной литературе. В тексте обязательны ссылки на первоисточники. В том случае если цитируется или используется чья-либо неординарная мысль, идея, вывод, приводится какой-либо цифрой материал, таблицу - обязательно сделайте ссылку на того автора у кого вы взяли данный материал.

Заключение содержит главные выводы, и итоги из текста основной части, в нем отмечается, как выполнены задачи и достигнуты ли цели, сформулированные во введении.

Библиография (список литературы) здесь указывается реально использованная для написания реферата литература.

Общие требования к тексту. Текст реферата должен подчиняться определенным требованиям: он должен раскрывать тему, обладать связностью и цельностью.

Раскрытие темы предполагает, что в тексте реферата излагается относящийся к теме материал и предлагаются пути решения содержащейся в теме проблемы; связность текста предполагает смысловую соотносительность отдельных компонентов, а цельность - смысловую законченность текста.

План реферата. Изложение материала в тексте должно подчиняться определенному плану – мыслительной схеме, позволяющей контролировать порядок расположения частей текста.

Требования к введению. Введение – начальная часть текста. Оно имеет своей целью сориентировать читателя в дальнейшем изложении. Во введении аргументируется актуальность исследования, – т.е. выявляется практическое и теоретическое значение данного исследования. Далее констатируется, что сделано в данной области предшественниками; перечисляются положения, которые должны быть обоснованы. Введение может также содержать обзор источников или экспериментальных данных,

уточнение исходных понятий и терминов, сведения о методах исследования. Во введении обязательно формулируются цель и задачи реферата. Объем введения - в среднем около 10% от общего объема реферата.

Основная часть реферата раскрывает содержание темы. Она наиболее значительна по объему, наиболее значима и ответственна. В ней обосновываются основные тезисы реферата, приводятся развернутые аргументы, предполагаются гипотезы, касающиеся существа обсуждаемого вопроса. Важно проследить, чтобы основная часть не имела форму монолога. Аргументируя собственную позицию, можно и должно анализировать и оценивать позиции различных исследователей, с чем-то соглашаться, чему-то возражать, кого-то опровергать. Установка на диалог позволит избежать некритического заимствования материала из чужих трудов - компиляции. Изложение материала основной части подчиняется собственному плану, что отражается в разделении текста на главы, параграфы, пункты.

Заключение – последняя часть научного текста. В ней краткой и сжатой форме излагаются полученные результаты, представляющие собой ответ на главный вопрос исследования. Здесь же могут намечаться и дальнейшие перспективы развития темы. Небольшое по объему сообщение также не может обойтись без заключительной части. В них должен подводиться итог проделанной работы.

Список использованной литературы. Реферат любого уровня сложности обязательно сопровождается списком используемой литературы. Названия книг в списке располагают по алфавиту с указанием выходных данных использованных книг.

Требования, предъявляемые к оформлению реферата. Объемы рефератов колеблются от 10-18 машинописных страниц. Работа выполняется на одной стороне листа стандартного формата. По обеим сторонам листа оставляются поля размером 35 мм. слева и 15 мм. справа, рекомендуется шрифт 12-14, интервал - 1,5. Все листы реферата должны быть пронумерованы. Каждый вопрос в тексте должен иметь заголовок в точном соответствии с наименованием в плане-оглавлении.

При проверке реферата преподавателем оцениваются:

- знания и умения на уровне требований стандарта конкретной дисциплины: знание фактического материала, усвоение общих представлений, понятий, идей;
- характеристика реализации цели и задач исследования (новизна и актуальность поставленных в реферате проблем, правильность формулирования цели, определения задач исследования, правильность выбора методов решения задач и реализации цели; соответствие выводов решаемым задачам, поставленной цели, убедительность выводов);
- степень обоснованности аргументов и обобщений (полнота, глубина, всесторонность раскрытия темы, логичность и последовательность изложения материала, корректность аргументации и системы доказательств, характер и достоверность примеров, иллюстративного материала, широта кругозора автора, наличие знаний интегрированного характера, способность к обобщению);
- качество и ценность полученных результатов (степень завершенности реферативного исследования, спорность или однозначность выводов).

Использование литературных источников. Культура письменного изложения материала. Культура оформления материалов работы.

Объективность оценки предусматривает отражение как положительных, так и отрицательных сторон работы. Рецензент оценивает работу по традиционной 10-балльной шкале, могут быть отдельно оценены разные компоненты работы, однако завершается отзыв рецензента одной итоговой оценкой.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

5.1 Основная литература:

1. Баркович, А.А. Интернет-дискурс: компьютерно-опосредованная коммуникация [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Баркович. - 2-е изд. - М. : Флинта, 2015. - 288 с. - <https://e.lanbook.com/book/74582>.

2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/56210>

Для освоения дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья имеются издания в электронном виде в электронно-библиотечных системах «Лань» и «Юрайт».

5.2 Дополнительная литература:

1. Архипов, В. В. Интернет-право [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Архипов В. В. - М. : Юрайт, 2018. - 249 с. - <https://biblionline.ru/book/6150E7E8-356C-4072-94D3-B533BCCF0746/internet-pravo>.

2. Бердышев, Сергей Николаевич. Секреты эффективной интернет-рекламы [Текст] : практическое пособие / С. Н. Бердышев. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 120 с. : ил. - Библиогр.: с. 119-120. - ISBN 978-5-394-01667-7

3. Кобелев, О. А. Электронная коммерция [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. А. Кобелев. - М. : Дашков и К°, 2017. - 684 с. - <https://e.lanbook.com/book/93389#authors>.

4. Коханова, Л. А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс] : учебник / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 383 с. - <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712>.

5. Севостьянов, Иван Олегович. Поисковая оптимизация [Текст] : практическое руководство по продвижению сайта в Интернете / И. Севостьянов. - 3-е изд. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2017. - 270 с. : ил. - (Маркетинг для профессионалов). - ISBN 978-5-496-02311-5 : 349 p. 27 к.

6. Ткаченко, Н. В. Креативная реклама: технологии проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. В. Ткаченко, О. Н. Ткаченко ; ред. Л. М. Дмитриевой. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 336 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114422&sr=1.

7. Уланова, М. А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс] : практическое руководство : учебное пособие для студентов вузов / М. А. Уланова. - М. : Аспект Пресс, 2014. - 238 с. - <https://e.lanbook.com/book/97231>.

5.3 Периодические издания:

1. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика – URL: <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>

2. Медиакоммуникация. Научный вестник Кубанского государственного университета – URL: <http://search.rsl.ru/en/record/01008481880>

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Предполагает изучение литературы по курсу и подготовку практических заданий, подготовку к сдаче зачета и экзамена. Программа самостоятельного изучения курса

обеспечена методическими материалами – Кожанова В.Ю. Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов. – Краснодар, 2017

Методические указания к самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа - планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа студентов, выполняемая во внеаудиторное (аудиторное) время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия (при частичном непосредственном участии преподавателя, оставляющем ведущую роль за работой студентов).

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа студентов способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

В процессе самостоятельной работы студент приобретает навыки самоорганизации, самоконтроля, самоуправления, саморефлексии и становится активным самостоятельным субъектом учебной деятельности.

Выполняя самостоятельную работу под контролем преподавателя студент должен:

- освоить минимум содержания, выносимый на самостоятельную работу студентов и предложенный преподавателем в соответствии с Государственными образовательными стандартами высшего профессионального образования по данной дисциплине.

- планировать самостоятельную работу в соответствии с графиком самостоятельной работы, предложенным преподавателем.

- самостоятельную работу студент должен осуществлять в организационных формах, предусмотренных учебным планом и рабочей программой преподавателя.

- выполнять самостоятельную работу и отчитываться по ее результатам в соответствии с графиком представления результатов, видами и сроками отчетности по самостоятельной работе студентов.

студент может:

- сверх предложенного преподавателем (при обосновании и согласовании с ним) и минимума обязательного содержания, определяемого ФГОС ВО по данной дисциплине:

- самостоятельно определять уровень (глубину) проработки содержания материала;

- предлагать дополнительные темы и вопросы для самостоятельной проработки;

- в рамках общего графика выполнения самостоятельной работы предлагать обоснованный индивидуальный график выполнения и отчетности по результатам самостоятельной работы;

- предлагать свои варианты организационных форм самостоятельной работы;

- использовать для самостоятельной работы методические пособия, учебные пособия, разработки сверх предложенного преподавателем перечня;

- использовать не только контроль, но и самоконтроль результатов самостоятельной работы в соответствии с методами самоконтроля, предложенными преподавателем или выбранными самостоятельно.

Самостоятельная работа студентов должна оказывать важное влияние на формирование личности будущего специалиста, она планируется студентом самостоятельно. Каждый студент самостоятельно определяет режим своей работы и меру труда, затрачиваемого на овладение учебным содержанием по каждой дисциплине. Он выполняет внеаудиторную работу по личному индивидуальному плану, в зависимости от его подготовки, времени и других условий.

Изучение дисциплины «Организация специальных мероприятий» осуществляется в форме учебных занятий под руководством профессорско-преподавательского состава кафедры и самостоятельной подготовки обучающихся. Основными видами учебных

занятий по изучению данной дисциплины являются: лекционное занятие; практическое занятие, консультация преподавателя (индивидуальная, групповая). При проведении учебных занятий используются элементы классических и современных педагогических технологий.

Предусматриваются следующие формы работы обучающихся: - прослушивание лекционного курса;

- чтение и конспектирование рекомендованной литературы;
- проведение практических занятий.

Лекционные занятия (Л).

Лекции являются аудиторными занятиями, которые рассчитаны на максимальное использование творческого потенциала слушателей.

Вузовская лекция – главное звено дидактического цикла обучения. Её цель – формирование у обучающихся ориентировочной основы для последующего усвоения материала методом самостоятельной работы. Содержание лекции должно отвечать следующим дидактическим требованиям

- : – изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному;
- логичность, четкость и ясность в изложении материала;
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности обучающихся в ходе лекции;
- опора смысловой части лекции на подлинные факты, события, явления, статистические данные;
- тесная связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью обучающихся;
- научность и информативность (современный научный уровень), доказательность и аргументированность, наличие достаточного количества ярких, убедительных примеров, фактов, обоснований, документов и научных доказательств;
- активизация мышления слушателей, постановка вопросов для размышления, четкая структура и логика раскрытия последовательно излагаемых вопросов; – разъяснение вновь вводимых терминов и названий, формулирование главных мыслей и положений, подчеркивание выводов, повторение их;
- эмоциональность формы изложения, доступный и ясный язык.

Практические занятия (ПЗ). Практические занятия являются также аудиторными, проводятся в виде семинаров по заранее известным темам и предполагают не только обязательную предварительную подготовку, но и активное включение в семинар с помощью современных методов обучения. Они предназначены для более глубокого изучения определенных аспектов лекционного материала и обучения решению проблемных вопросов на практике.

Данный вид занятий предназначены для проведения текущего контроля успеваемости студентов, а также контроля самостоятельной (внеаудиторной) работы в форме опросов, оценки рефератов, презентаций. Время на подготовку к семинарским занятиям предоставляется студенту в соответствии графиком самостоятельной работы.

Лабораторные занятия (ЛЗ) Лабораторные занятия направлены на подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений и составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки.

Выполнению подобных заданий предшествует самостоятельное изучение студентом специальной литературы по теме, список которой прилагается к плану, и систематизация полученных знаний в виде таблиц. Затем на занятиях в аудитории студенты под руководством преподавателя приступают к выполнению практических заданий, которые имеют поисковый характер и направлены на решение новой для студентов для них проблемы с опорой на имеющиеся у них теоретические знания.

Внеаудиторная работа предполагает выполнение индивидуальных и групповых заданий по дисциплине, а также самостоятельную работу студентов. Индивидуальные занятия предполагают работу каждого студента по индивидуальному (групповому) заданию и личный устный/письменный отчет и презентацию результатов группе и преподавателю во время практических занятий.

К формам самостоятельной работы относится написание рефератов, сообщений, подготовка презентаций.

Выполнение индивидуальных занятий не является аудиторным. Самостоятельная работа является внеаудиторной и предназначена для самостоятельного ознакомления студента с определенными разделами курса по рекомендованным преподавателем источникам.

Самостоятельная работа студента предполагает различные формы индивидуальной учебной деятельности с электронными образовательными ресурсами. Выбор видов самостоятельной работы определяется индивидуально-личностным подходом к обучению совместно преподавателем и студентом.

В освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья большое значение имеет индивидуальная учебная работа (консультации) – дополнительное разъяснение учебного материала.

Индивидуальные консультации по предмету являются важным фактором, способствующим индивидуализации обучения и установлению воспитательного контакта между преподавателем и обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья.

7. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)

7.1 Перечень информационно-коммуникационных технологий

Проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты.

7.2 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

1. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для учащихся с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU ShrdSvr AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License PerUsr STUUseBnft 5XS-00002. Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510. Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

2. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License AddOn toOPP (код 5XS-00003). Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510. Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018.

7.3 Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. ЭБС Издательства «Лань» <http://e.lanbook.com/> ООО Издательство «Лань» Договор № 99 от 30 ноября 2017 г.

2. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 0811/2017/3 от 08 ноября 2017 г.

3. ЭБС «Юрайт» <http://www.biblio-online.ru> ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор №0811/2017/2 от 08 ноября 2017 г.

4. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru> ООО «КноРус медиа» Договор № 61/223-ФЗ от 09 января 2018 г.

5. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com ООО «ЗНАНИУМ» Договор № 1812/2017 от 18 декабря 2017 г.

8. Материально-техническое обеспечение по дисциплине (модулю)

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Лекционные занятия	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) (ауд.: 402)
2.	Семинарские занятия	Аудитория для практических занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектор, экран, ноутбук (ауд.: 202, 205, 301, 302, 310, 402)
3.	Лабораторные занятия	Аудитория для лабораторных занятий (столы, стулья, доска), оборудование для презентаций – проектор, экран, ноутбук (ауд.: 202, 205, 301, 302, 310, 402, 410, 412)
4.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 402, 404, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412)
5.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 209, 305, 307, 309, 406, 407, 408, 409, 411)
6.	Самостоятельная работа	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступ в электронную информационно-образовательную среду университета