

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ»

Кафедра №82

«УТВЕРЖДАЮ»

Руководитель направления

проф., д.т.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

А.П. Ястребов

(подпись)

« 03 » июня 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Электронная реклама»

(Название дисциплины)

Код направления	38.03.06
Наименование направления/ специальности	Торговое дело
Наименование направленности	Реклама в торговой деятельности
Форма обучения	заочная

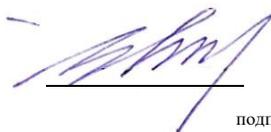
Санкт-Петербург 2019г.

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил(а)

проф., д.т.н., проф

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

14.05.19г.

А.П.Ястребов

инициалы, фамилия

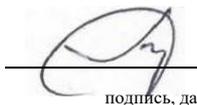
Программа одобрена на заседании кафедры № 82

«15»__05__2019г, протокол №__10__

Заведующий кафедрой № 82

д.э.н., доц.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

15.05.19г.

А.С. Будагов

инициалы, фамилия

Ответственный за ОП 38.03.06(03)

доц., к.э.н., доц.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

15.05.19г.

Л.В. Рудакова

инициалы, фамилия

Заместитель директора института (факультета) № 8 по методической работе

доц., к.э.н., доц.

должность, уч. степень, звание



подпись, дата

15.05.19г.

Л.Г. Фетисова

инициалы, фамилия

Аннотация

Дисциплина «Электронная реклама» входит в вариативную часть образовательной программы подготовки обучающихся по направлению «38.03.06 «Торговое дело » направленность «Реклама в торговой деятельности». Дисциплина реализуется кафедрой №82.

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника

общекультурных компетенций:

ОК-5 «способность к самоорганизации и самообразованию»;

общепрофессиональных компетенций:

ОПК-5 «готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления».

ПК-11 «способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с использованием разнообразных методов применения электронной рекламы для формирования лояльности покупателей и увеличения объема продаж.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, лабораторные работы, курсовое проектирование. и самостоятельную работу студента.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины

Основная цель учебной дисциплины «Электронная реклама» состоит в том, чтобы студенты овладели совокупностью знаний и навыков, связанных принципами и методами формирования рекламной стратегии в Интернет, а также особенностями управления рекламной политикой предприятия с использованием технологии электронной коммерции

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:

ОК-5 «способность к самоорганизации и самообразованию»:

знать – основные методы самоорганизации и самообразования, современное состояние и перспективы развития информационных технологий в рекламе,

уметь – использовать методы самоорганизации и самообразования, современные методы создания интернет-рекламы,

владеть навыками – самоорганизации и самообразования и применения методов интернет-рекламы для повышения объема продаж продукции,

иметь опыт деятельности – по самоорганизации, самообразованию и практическому применению технологии электронной рекламы в рамках современного рынка.

ОПК-5 «готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления»:

знать – особенности работы с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической) и правильность ее оформления и основные теоретические и методологические подходы по формированию рекламной стратегии и управлению рекламной деятельностью

уметь - работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления, использовать современные рекламные технологии, методические приемы и процедуры разработки, реализации коммуникативных решений при управлении и поддержании взаимоотношений с целевыми аудиториями интернет-сообщества,

владеть навыками – работы с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления и подготовки организационно-экономического обоснования и обеспечения системной реализации процессов управления рекламными коммуникациями в электронной коммерции.

иметь опыт деятельности - по практическому использованию технической документации, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления., по использованию современных технологий электронной рекламы.

ПК-11 «способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)»

- знать основные инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности;
- уметь разрабатывать инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности;
- владеть навыками участия в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина базируется на знаниях, ранее приобретенных студентами при изучении следующих дисциплин:

- системы электронных платежей,
- рекламная деятельность.
- основы электронной коммерции,
- теоретические основы товароведения.

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и используются при изучении других дисциплин:

- моделирование в электронной коммерции,
- организация коммерции по сферам применения,
- товарный консалтинг,
- организация, технология и проектирование предприятий.

3. Объем дисциплины в ЗЕ/академ. час

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 1

Таблица 1 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№7
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/(час)	5/ 180	5/ 180
<i>Аудиторные занятия</i> , всего час., <i>В том числе</i>	16	16
лекции (Л), (час)	6	6
Практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)		
лабораторные работы (ЛР), (час)	10	10
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)	*	*
Экзамен, (час)	9	9
<i>Самостоятельная работа</i> , всего	155	155
Вид промежуточной аттестации:	Экз.	Экз.

зачет, экзамен, дифференцированный зачет (Зачет. Экз. Дифф. зач)		
--	--	--

* - часы , не входящие в аудиторную нагрузку

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий

Разделы и темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 2.

Таблица 2. – Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 7					
Раздел 1. Электронная реклама в системе маркетинговых коммуникаций Тема 1.1. Особенности коммуникации в Интернет Тема 1.2. Основные принципы и технологии электронной рекламы	1				31
Раздел 2. Информационные технологии в рекламе Тема 2.1 Характеристика информационных технологий в рекламе Тема 2.2 Развитие информационных технологий в рекламе	1				31
Раздел 3. Сетевые технологии и Интернет в рекламе. Тема 3.1. Особенности коммуникации в Интернет Тема 3.2. Оценка присутствия в Интернет	1		2		31
Раздел 4. Web-сайт как объект и субъект продвижения Тема 4.1. Рекламная поддержка при создании и продвижении Web-сайта компании Тема 4.2. Представление информации на сайте	1				31
Раздел 5. Виды рекламного воздействия в сети Интернет Тема 1 Поисковая, баннерная и контекстная реклама как основные виды сетевой рекламы Тема 2 E-mail, конференции и форумы как инструменты продвижения. Тема 3 Реклама в электронной коммерции	2		8		31
Выполнение курсовой работы				0	
Итого в семестре:	6		10		155

Итого:	6	0	10	0	155
--------	---	---	----	---	-----

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 3.

Таблица 3 - Содержание разделов и тем лекционных занятий

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	<p>Раздел Реклама в системе маркетинговых коммуникаций</p> <p>Тема 1 Система маркетинговых коммуникаций как инструмент продвижения товара на рынок. Исследование рекламной аудитории. Методы сбора информации о потенциальной рекламной аудитории. Способы проведения исследований.</p> <p>Тема 2 Основные принципы и технологии электронной рекламы.</p> <p>Планирование и разработка рекламной кампании. Возможности повышения эффективности рекламного воздействия на основе современных информационных технологий.</p>
2	<p>Раздел Информационные технологии в рекламе</p> <p>Тема 1 Характеристика информационных технологий в рекламе. Общие сведения об информационных технологиях в рекламе. Основные требования к информационному обеспечению рекламной деятельности. Использование возможностей компьютерных технологий по подготовке аудио, видео фрагментов и анимации.</p> <p>Тема 2 Развитие информационных технологий в рекламе</p> <p>Основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности: правовые аспекты; технические и технологические аспекты, новые организационные формы.</p>
3	<p>Раздел Сетевые технологии и Интернет в рекламе. Освоение основных технологий рекламной коммуникации в Интернет.</p> <p>Тема 1 Особенности коммуникации в Интернете.</p> <p>Типы коммуникации в Интернет. Методы распространения информации. Особенности Интернет-аудитории. Рекламные возможности сети Интернет. Развитие и принципы организации глобальной сети Интернет: структура, средства передачи данных, система адресации. Особенности рекламной коммуникации в Интернете.</p> <p>Тема 2 Оценка присутствия в Интернете. Интернет как виртуальный ландшафт. Определение ландшафта своего присутствия в Интернет. Аудит присутствия: восприятия, формирование сообщества. Технологии осуществления мониторинга.</p>
4	<p>Раздел Web-сайт как объект и субъект продвижения</p> <p>Тема 1 Рекламная поддержка при создании и продвижении Web-сайта компании. Использование обычных методов рекламы (off line) и методов рекламы в сети Интернет (on line). Web-сайт как «электронная витрина» компании. Реализация возможности имиджевой рекламы компании, поддерживающей рекламы товаров, рекламы при выведении на рынок новых товаров и т.п.</p> <p>Тема 2 Представление информации на сайте. Разработка структуры, принципы организации контента с точки зрения эффективности on-line-присутствия. Проектирование сайта компании с учетом дальнейшего продвижения в Интернете и реализации маркетинговых задач организации.</p>
5	<p>Раздел 5 Виды рекламного воздействия в сети Интернет</p> <p>Тема 1 Поисковая, баннерная и контекстная реклама как основные виды</p>

	<p>сетевой рекламы. Поисковая реклама. Контекстная реклама. Баннерная реклама. Понятие рекламного баннера. Виды баннеров, выполняемые ими функции. Стандарты на рекламные баннеры в сети, организации, занимающиеся подготовкой и внедрением баннерных стандартов. Современные формы баннерной рекламы.</p> <p>Стратегия размещения рекламных баннеров. Использование для показа баннеров Web-сайтов и электронных торговых площадок. Показ баннеров на поисковых серверах. Стоимость показа баннеров в сети, основные схемы оплаты: CPC, CPM, CTR, CPV и др. Роль сетевых рекламных агентств, предоставляемые ими услуги. Сети баннерного обмена.</p> <p>Тема 2 E-mail, конференции и форумы как инструменты продвижения. Реклама с помощью почтовой (e-mail) рассылки. Списки рассылки: покупка, аренда, формирование собственного списка лояльных потребителей, преимущества и недостатки каждого подхода. Предотвращение опасности нарушения сетевых норм поведения при проведении рекламы по e-mail: спама и др. Продвижение в группах новостей и конференциях: особенности ведения диалога, правила поведения, особенности участия в модерлируемых телеконференциях. Организация собственной телеконференции и ее использование в рекламных целях.</p> <p>Тема 3 Реклама в электронной коммерции. Электронные магазины: разработка концепций продвижения при их организации, реклама и PR в сети в процессе их развития и функционирования. Продвижение при помощи регистрации в поисковых системах. Исследование различных видов рекламного воздействия на посетителей электронных магазинов и на принятие ими решения о покупке. Эффективность электронной рекламы.</p>
--	---

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 4.

Таблица 4 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего:				

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 7			
1	Использование языков запросов поисковых систем для поиска информации”	1	3
2	Локальные, корпоративные и глобальные сети	1	3
3	Исследование медийной рекламы: промо-сайты	1	5
4	Исследование медийной рекламы: баннеры	1	5
5	Показ баннерной рекламы на поисковых серверах	1	5
6	Исследование баннерообменных сетей	1	5
7	Исследование разновидностей таргетинга	1	5

8	Исследование медийно- контекстной рекламы: байлик, текстовый блок, мини-сайт	1	5
9	Исследование контекстной и тизерной рекламы	1	5
10	Исследование рекламы в блогах,социальных сетях и почтовой (e-mail) рекламы	1	5
Всего:		10	

4.5. Курсовое проектирование (работа)

Цель курсовой работы:

Примерные темы заданий на курсовую работу приведены в разделе 10 РПД.

4.6. Самостоятельная работа студентов

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 7, час
1	2	3
Самостоятельная работа, всего	155	155
изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	95	95
курсовое проектирование (КП, КР)	15	15
выполнение реферата (Р)		
Подготовка к текущему контролю (ТК)	20	20
домашнее задание (ДЗ)		
контрольные работы заочников (КРЗ)	25	25

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю);

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы студентов указаны в п.п. 8-10.

6. Перечень основной и дополнительной литературы

6.1. Основная литература

Перечень основной литературы приведен в таблице 7.

Таблица 7 – Перечень основной литературы

Шифр	Библиографическая ссылка / URL адрес	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
	Васильев, Г.А. Электронный бизнес и реклама в Интернете: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по	

	<p>специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)» / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 183 с. - ISBN 978-5-238-01346-6. - Текст : электронный. https://znanium.com/read?id=341661</p>	
	<p>Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас: Практическое руководство / Загребельный Г.В., Боровик М.Ю., Меркулович Т.В. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 270 с.: ISBN 978-5-9614-5816-9. https://znanium.com/read?id=333717</p>	

6.2. Дополнительная литература

Перечень дополнительной литературы приведен в таблице 8.

Таблица 8 – Перечень дополнительной литературы

Шифр	Библиографическая ссылка/ URL адрес	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
	<p>Толмачев, А. Н. Реклама в Интернете. Курс молодого бойца: Учебное пособие / Толмачев А.Н. - СПб: БХВ-Петербург, 2017. - 240 с. ISBN 978-5-9775-3810-7. https://znanium.com/read?id=320894</p>	

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети ИНТЕРНЕТ, необходимых для освоения дисциплины

URL адрес	Наименование
http://www.iep.ru/ru/publicatcii/categories.html	Федеральный образовательный портал. Экономика. Социология. Менеджмент
www.economy.gov.ru	Базы данных Министерства экономического развития России

8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

8.1. Перечень программного обеспечения

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10 – Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1.	Microsoft Windows 7 110—7 от 28.02.2019
2.	Microsoft Office Standard 1031-3 от 31.07.2018

8.2. Перечень информационно-справочных систем

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11 – Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
1	ЭБС ZNANIUM
2	ЭБС издательства ЛАНЬ

9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Состав материально-технической базы представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).	
2	Учебная аудитории для проведения лабораторных работ - Специализированная мебель; технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории; лабораторное оборудование (ПЭВМ - 15 шт., объединенных в локальную вычислительную сеть с выходом в вычислительную сеть ГУАП и Интернет)	
3	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации	Читальный зал библиотеки; 21-17-кабинет курсового и дипломного проектирования
4	Учебная аудитории для проведения промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации	

10. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

10.1. Состав фонда оценочных средств приведен в таблице 13

Таблица 13 - Состав фонда оценочных средств для промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Примерный перечень оценочных средств
Экзамен	Список вопросов к экзамену; Задачи; Тесты.
Выполнение курсовой работы	Экспертная оценка на основе требований к содержанию курсовой работы по дисциплине.

10.2. Перечень компетенций, относящихся к дисциплине, и этапы их формирования в процессе освоения образовательной программы приведены в таблице 14.

Таблица 14 – Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Номер семестра	Этапы формирования компетенций по дисциплинам/практикам в процессе освоения ОП
ОК-5 «способность к самоорганизации и самообразованию»	
1	Математика. Аналитическая геометрия и линейная алгебра
1	Математика. Математический анализ
1	Информатика
1	Основы социального государства
1	Иностранный язык
1	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
1	История
1	Экономическая география и регионалистика
2	Иностранный язык
2	Культурология
2	Математика. Математический анализ
2	История управленческой мысли
2	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
2	Информатика
2	Экономика. Микроэкономика
2	Концепции современного естествознания
3	Статистика
3	Философия
3	Математика. Теория вероятностей и математическая статистика
3	Экономика организации
3	Иностранный язык
3	Экономика. Макроэкономика
3	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
4	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
4	Мировая экономика и международные экономические отношения
4	Бухгалтерский учет и аудит
4	Безопасность жизнедеятельности
4	Менеджмент

4	Теоретические основы товароведения
4	Иностранный язык
4	Фирменный знак в торговле
5	Бухгалтерский учет и аудит
5	Прикладная физическая культура (элективный модуль)
5	Рекламная деятельность
5	Маркетинг
5	Социология и политология
5	Коммерческая деятельность
5	Экология
5	Мировая экономика и международные экономические отношения
6	Организация рекламной деятельности
6	Разработка и технология производства рекламного продукта
6	Деловой иностранный язык
6	Система электронных платежей
6	Основы электронной коммерции
6	Таможенные операции
6	Организация связей с общественностью
6	Телерадиореклама
6	Правоведение
6	Физическая культура
7	Биржевое дело
7	Организация и технология торговли
7	Поведение потребителей
7	Маркетинговые исследования
7	Системный анализ
7	Мультимедийные технологии в торговой деятельности
7	Создание и эксплуатация электронных магазинов
7	Массовые коммуникации и медиапланирование
7	Товароведение и экспертиза товаров
7	Информационные технологии
7	Электронная реклама
8	Идентификация и фальсификация потребительских свойств товаров
8	Страхование коммерческой деятельности
8	Технология производства пропаганды конкурентных свойств товара
8	Качество и конкурентоспособность продукции
8	Торгово-экономические отношения России в современных условиях
8	Информация в ИНТЕРНЕТ
8	Транспортное обеспечение торговой деятельности
8	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)

9	Организация, технология и проектирование предприятий
9	Управление цепями поставок
9	Международный маркетинг
9	Рекламный маркетинг
9	Контракты международной торговли
9	Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия
9	Основы брендинга
9	Организация коммерции по сферам применения
10	Логистика
10	Правовое регулирование профессиональной деятельности
10	Налоги и налогообложение
10	Товарный консалтинг
10	Основы информационной безопасности
10	Финансово-экономическая экспертиза коммерческой деятельности предприятия
ОПК-5 «готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления»	
7	Биржевое дело
7	Электронная реклама
ПК-11 «способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)»	
2	Учебная практика
4	Производственная практика
5	Рекламная деятельность
5	Маркетинг
5	Коммерческая деятельность
6	Производственная практика
6	Основы электронной коммерции
6	Разработка и технология производства рекламного продукта
6	Организация рекламной деятельности
7	Электронная реклама
8	Производственная практика
9	Организация, технология и проектирование предприятий
10	Товарный консалтинг
10	Производственная преддипломная практика

10.3. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) у обучающихся компетенций применяется шкала модульно–рейтинговой системы университета. В таблице 15 представлена 100–балльная и 4–балльная шкалы для оценки сформированности компетенций.

Таблица 15 –Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции		Характеристика сформированных компетенций
100-балльная	4-балльная шкала	

шкала		
$85 \leq K \leq 100$	«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения; - свободно владеет системой специализированных понятий.
$70 \leq K \leq 84$	«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; - аргументирует научные положения; - делает выводы и обобщения; - владеет системой специализированных понятий.
$55 \leq K \leq 69$	«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений; - частично владеет системой специализированных понятий.
$K \leq 54$	«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> - обучающийся не усвоил значительной части программного материала; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений.

10.4. Типовые контрольные задания или иные материалы:

1. Вопросы (задачи) для экзамена (таблица 16)

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена
	<p>Вопросы к экзамену по дисциплине «Электронная реклама»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные факторы и этапы развития электронной коммерции 2. Основные понятия и определения интернет-экономики и электронной коммерции 3. Основные международные организации, формирующие требования к электронной коммерции 4. Интернет- коммуникации 5. Развитие коммуникативной политики 6. Средства коммуникации в Интернет

7. Особенности интернет-рекламы
8. Медийная реклама
9. Контекстная реклама
10. Медийно-контекстная реклама
11. Баннерная реклама
12. Таргетинг
13. Реклама в блогах и социальных сетях, тизерная реклама
14. Почтовая реклама
15. Веб – конференции и доски объявлений интернет-рекламы
16. Оценка эффективности интернет-рекламы
17. Показатели эффективности интернет-рекламы
18. Оценка эффективности на стадиях взаимодействия интернет-пользователей с рекламной информацией
19. Качественные данные при оценке эффективности интернет-рекламы
20. Технические средства оценки эффективности интернет-рекламы
21. Анализ активности пользователей интернет-рекламы
22. Оценка эффективности интернет-рекламы по количеству продаж
23. Сайт как средство интернет-рекламы
24. Классификация веб-сайтов
25. Интернет-представительства
26. Брендинг в Интернете

2. Вопросы (задачи) для зачета / дифференцированного зачета (таблица 17)

Таблица 17 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифференцированного зачета
	Учебным планом не предусмотрено

3. Темы и задание для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта (таблица 18)

Таблица 18 – Примерный перечень тем для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта

№ п/п	Примерный перечень тем для выполнения курсовой работы / выполнения курсового проекта

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные разновидности электронной рекламы в Интернет. 2. Контекстная реклама и её основные преимущества. 3. Основные разновидности и перспективы развития электронной рекламы. 4. Факторы, определяющие состояние и темпы развития электронной рекламы. 5. Изменения в экономике, вызванные появлением электронной рекламы. 6. Анализ рекламной аудитории. Эффективность электронной рекламы. 7. Роль электронной рекламы в решении социальных проблем. 8. Понятие электронных рынков, их виды и особенности, влияние электронной рекламы на формирование электронных рынков. 9. Влияние электронной рекламы на традиционные формы розничной торговли. 10. Модели рекламы на сайтах, особенности их применения, преимущества и недостатки. 11. Основные принципы формирования стратегии рекламы в электронной коммерции. 12. Особенности рекламы рынков товаров и услуг в Интернет. 13. Влияние электронной рекламы на деятельность предприятий на современном рынке. 14. Маркетинг и реклама с использованием информационных сетей. 15. Реализация методов электронной рекламы в Интернет. 16. - Web-сайт – объект и субъект электронной рекламы. Баннерная электронная реклама. 17. Основные понятия электронной рекламы. Характеристика информационных технологий в электронной рекламе. 18. Структура современного рынка электронной коммерции и характеристика используемых на рынке технологий электронной рекламы. 19. Особенности электронной рекламы: возможность сбора информации о каждом пользователе, фокусировка рекламы на целевые группы. 20. Основные принципы работы с аудиторией сайта. 21 Особенности использования сайта, как средства электронной рекламы.
--	--

4. Вопросы для проведения промежуточной аттестации при тестировании (таблица 19)

Таблица 19 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов
-------	--

--	--

5. Контрольные и практические задачи / задания по дисциплине (таблица 20)

Таблица 20 – Примерный перечень контрольных и практических задач / заданий

№ п/п	Примерный перечень контрольных и практических задач / заданий
	Создание электронной рекламы Создание рекламного баннера Создание веб-сайта Создание рассылки Создание аккаунта Создание контент-плана Создание постов Создание рекламного текста Создание рекламного модуля

10.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и / или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в Положениях «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программы высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Цель учебной дисциплины «Электронная реклама» состоит в том, чтобы студенты овладели совокупностью знаний и навыков, связанных принципами и методами формирования рекламной стратегии в Интернет, а также особенностями управления рекламной политикой предприятия с использованием технологии электронной коммерции.

Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимся лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально–деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научится методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходиться к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

Структура предоставления лекционного материала по дисциплине «»: формулировка темы лекции; указание основных изучаемых разделов или вопросов и предполагаемых затрат времени на их изложение; изложение вводной части; изложение основной части лекции; краткие выводы по каждому из вопросов; заключение; рекомендации.

Методические указания для обучающихся по прохождению лабораторных работ

В ходе выполнения лабораторных работ обучающийся должен углубить и закрепить знания, практические навыки, овладеть современной методикой и техникой эксперимента в соответствии с квалификационной характеристикой обучающегося. Выполнение лабораторных работ состоит из экспериментально-практической, расчетно-аналитической частей и контрольных мероприятий.

Выполнение лабораторных работ обучающимся является неотъемлемой частью изучения дисциплины, определяемой учебным планом, и относится к средствам, обеспечивающим решение следующих основных задач у обучающегося:

- приобретение навыков исследования процессов, явлений и объектов, изучаемых в рамках данной дисциплины;
- закрепление, развитие и детализация теоретических знаний, полученных на лекциях;
- получение новой информации по изучаемой дисциплине;
- приобретение навыков самостоятельной работы с лабораторным оборудованием и приборами.

Задание и требования к проведению лабораторных работ

Лабораторная работа № 1

Тема: Основные понятия электронной рекламы.

Цель работы: Получение общего представления об изучаемой дисциплине, структурирование материала при помощи power point.

Рекомендации к самостоятельной работе:

Содержание:

Структура презентации power point:

- Титульный слайд
- Содержание
- Конспект
- Заключение

Форма представления отчета:

Предоставить преподавателю, задания, выполненные на ПК.

Лабораторная работа № 2

Тема: Графический редактор Photoshop.

Цель работы: Изучить основные инструменты и возможности графического редактора Photoshop

Содержание:

- Изучение палитры инструментов Tools,

- Создание портрета из частей.

Форма представления отчета:

Предоставить преподавателю, задания, выполненные на ПК.

Лабораторная работа № 3

Тема: Замена цвета предмета.

Цель работы: изучить особенности цветовых решений электронной рекламы.

Содержание:

- Знакомство с таблицей «безопасных» цветов;
- Особенности использования цветов в рекламе;
- Изменение цвета машины в графическом редакторе Photoshop;

Форма представления отчета:

Предоставить преподавателю, задания, выполненные на ПК.

Лабораторная работа № 4

Тема: Рекламный плакат

Цель работы: Получить навыки работы в графическом редакторе Photoshop.

Содержание:

- Изменение размеров изображение;
- Создание текста;
- Создание рамки объявления;
- Редактирование текста.

Форма представления отчета:

Предоставить преподавателю задания по теме, выполненные на ПК.

Лабораторная работа № 5

Тема: Интернет-баннер

Цель работы: способ создание GIF-баннера в графическом редакторе Photoshop.

Содержание:

- Изучение форматов изображений (Формат RAW, Формат PCX, Формат BMP, Формат TIFF, Формат PSD, Формат JPEG, Формат GIF);
- Создание баннер с Gif – анимацией.;

Форма представления отчета:

Предоставить преподавателю задания, выполненные на ПК.

Структура и форма отчета о лабораторной работе

Защита лабораторной работе предоставляется в виде компьютерного отчета и ответа на вопросы по выполненной работе

Курсовой проект/ работа проводится с целью формирования у обучающихся опыта комплексного решения конкретных задач профессиональной деятельности.

Курсовой проект/ работа позволяет обучающемуся:

- систематизировать и закрепить полученные теоретические знания и практические умения по профессиональным учебным дисциплинам и модулям в соответствии с требованиями к уровню подготовки, установленными программой учебной дисциплины, программой подготовки специалиста соответствующего уровня, квалификации;
- применить полученные знания, умения и практический опыт при решении комплексных задач, в соответствии с основными видами профессиональной деятельности по направлению/ специальности/ программе;
- углубить теоретические знания в соответствии с заданной темой;
- сформировать умения применять теоретические знания при решении нестандартных задач;
- приобрести опыт аналитической, расчётной, конструкторской работы и сформировать соответствующие умения;
- сформировать умения работы со специальной литературой, справочной, нормативной и правовой документацией и иными информационными источниками;
- сформировать умения формулировать логически обоснованные выводы, предложения и рекомендации по результатам выполнения работы;
- развить профессиональную письменную и устную речь обучающегося;
- развить системное мышление, творческую инициативу, самостоятельность, организованность и ответственность за принимаемые решения;
- сформировать навыки планомерной регулярной работы над решением поставленных задач.

Структура пояснительной записки курсовой работы / проекта

Структура пояснительной записки курсовой работы включает в себя совокупность элементов, которые должны располагаться в следующей последовательности:

- титульный лист (1 с);
- содержание (1—2 с);
- введение (1—2 с);
- основная часть (30—40 с);
- заключение (2—3 с);
- список использованных источников;
- приложения.

Общий объем курсовой работы должен составлять 50-70 страниц (за исключением приложений).

Представленная к защите курсовая работа должна иметь титульный лист установленного образца, подписанный автором курсовой работы.

Содержание должно включать наименование всех разделов и подразделов с указанием номеров страниц.

Во введении должна быть раскрыта актуальность темы исследования, а также определены цели и задачи работы.

Основная часть должна состоять из нескольких разделов, в которых рассматриваются теоретические основы исследуемой проблемы, проводится обзор источников, отражающих необходимые теоретические положения, а также приводятся примеры практического использования различных видов электронной рекламы в различных сегментах электронного рынка.

Заключение курсовой работы должно включать:

- общие итоги и выводы по каждой из рассматриваемых в работе задач;
- предложения по использованию результатов работы.

Список использованных источников должен содержать все использованные литературные источники, представленные в алфавитном порядке по нарастающей нумерации. На приведенные источники автор должен делать ссылки в тексте курсовой работы..

Приложения могут содержать вспомогательные материалы, которые нецелесообразно включать в основные разделы курсовой работы.

Требования к оформлению пояснительной записки курсовой работы / проекта

Материалы курсовой работы должны соответствовать требованиям ГОСТ 7.32 – 2001, иметь титульный лист установленного образца и располагаться в следующей последовательности:

- титульный лист (1 с) (стандартное оформление);
- оглавление (1—2 с);
- введение (1—2 с);
- основная часть, состоящая из трех частей: теоретической, аналитической и расчетной (30- 40 с);
 - заключение (2—3 с);
 - список использованных источников;
 - приложения.

Объем курсовой работы должен составлять не менее 35-45 страниц машинописного текста (за исключением приложений).

Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

В ходе выполнения самостоятельной работы, обучающийся выполняет работу по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Для обучающихся по заочной форме обучения, самостоятельная работа может включать в себя контрольную работу.

В процессе выполнения самостоятельной работы, у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет им развивать умения и навыки в усвоении и систематизации приобретаемых знаний, обеспечивает высокий уровень успеваемости в период обучения, помогает получить навыки повышения профессионального уровня.

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

- учебно-методический материал по дисциплине;
- методические указания по выполнению контрольных работ (для обучающихся по заочной форме обучения).

Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

- экзамен – форма оценки знаний, полученных обучающимся в процессе изучения всей дисциплины или ее части, навыков самостоятельной работы, способности применять их для решения практических задач. Экзамен, как правило, проводится в период

экзаменационной сессии и завершается аттестационной оценкой «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программы высшего образования» и «О модульно-рейтинговой системе оценки качества учебной работы студентов в ГУАП».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой 82
 Рудакова Л.В. 19.05.2020	Актуализация перечня литературы	20 мая 2020 протокол № 11	 Будагов А.С.