

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
"САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 82

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель образовательной программы

доц., к. культурол., доц.
(должность, уч. степень, звание)

Н.В. Выжлецова
(инициалы, фамилия)

(подпись)
« 25 » февраля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы анализа рынков»
(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	51.03.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Культурология
Наименование направленности/ специализации	Цифровые проекты в креативных индустриях
Форма обучения	очная
Год приема	2026

Санкт-Петербург– 2026__

Лист согласования программы

Программу составил (а)

доц., к.э.н., доц.
(должность, уч. степень, звание)



18.02.2026
(подпись, дата)

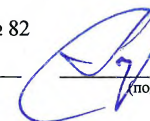
Л.В. Рудакова
(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 82

« 19 » 02 2026 г, протокол № 7

Заведующий кафедрой № 82

д.э.н., проф.
(уч. степень, звание)



19.02.2026
(подпись, дата)

А.С. Будагов
(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

(должность, уч. степень, звание)



19.02.2026
(подпись, дата)

М.Б. Капелюш
(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Основы анализа рынков» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/специальности 51.03.01 «Культурология» направленности/специализации «Цифровые проекты в креативных индустриях». Дисциплина реализуется кафедрой «№82».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ПК-2 «Способен разрабатывать цифровые проекты в сферах цифрового контента»

ПК-3 «Способен разрабатывать цифровые проекты в сфере сохранения и освоения культурного и природного наследия»

ПК-6 «Способен создавать информационные ресурсы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и управлять ими; управлять практической реализацией цифровых проектов в креативных индустриях и продвижением уникальных цифровых продуктов на рынке, координировать различные виды деятельности»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием у обучающихся знаний по разработке цифровые проекты в сферах цифрового контента и в сфере сохранения и освоения культурного и природного наследия, а также навыков по созданию информационных ресурсов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и управлять ими; управлять практической реализацией цифровых проектов в креативных индустриях и продвижением уникальных цифровых продуктов на рынке, координировать различные виды деятельности.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме зачета (8 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Язык обучения по дисциплине «русский»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины направлены на формирование у обучающихся знаний по разработке цифровые проекты в сферах цифрового контента и в сфере сохранения и освоения культурного и природного наследия, а также навыков по созданию информационных ресурсов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и управлять ими; управлять практической реализацией цифровых проектов в креативных индустриях и продвижением уникальных цифровых продуктов на рынке, координировать различные виды деятельности.

1.2. Дисциплина входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции	ПК-2 Способен разрабатывать цифровые проекты в сферах цифрового контента	ПК-2.3.2 знать основные методы и технологии ИИ, VR/AR-технологии в креативных индустриях; методы проведения комплексных дизайнерских исследований; технологии сбора и анализа информации ПК-2.В.1 владеть основными методами и технологиями ИИ, VR/AR-технологиями разработки уникального культурного продукта; методами анализа информации, необходимой для работы над дизайн-проектом системы визуальной информации, идентификации и коммуникации
Профессиональные компетенции	ПК-3 Способен разрабатывать цифровые проекты в сфере сохранения и освоения культурного и природного наследия	ПК-3.В.2 владеть методами и технологиями работы с целевой аудиторией; навыками распределения обязанностей между исполнителями дизайн-проекта и организации их деятельности
Профессиональные компетенции	ПК-6 Способен создавать информационные ресурсы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и управлять ими; управлять практической реализацией цифровых проектов в креативных индустриях и	ПК-6.3.1 знать основы менеджмента и маркетинга в социокультурной и цифровой сферах; специфику современной повседневной и организационной культуры; основные принципы и технологии управления проектами; особенности работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами ПК-6.В.1 владеть навыками стратегического планирования развития ИТ-продукта; навыками продвижения на рынке ИТ-продукта; навыками

	продвижением уникальных цифровых продуктов на рынке, координировать различные виды деятельности	организации, координации и оценки результатов деятельности различных подразделений и организаций; владеть технологиями развития электронной коммерции
--	---	---

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Информационные технологии»,
- «Интернет-маркетинг»,
- «Маркетинг в профессиональной сфере».

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют самостоятельное значение.

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№8
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	3/ 108	3/ 108
Из них часов практической подготовки	10	10
Аудиторные занятия, всего час.	20	20
в том числе:		
лекции (Л), (час)	10	10
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	10	10
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)		
Самостоятельная работа, всего (час)	88	88
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.)	Зачет,	Зачет,

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП/КР (час)	СР (час)
Семестр 8					
Раздел 1. Особенности разработки и реализации цифровые проекты в сферах цифрового контента					
Тема 1.1 Типовые алгоритмы цифровых					

проектов и кампаний в сфере цифрового контента	2	2			14
Тема 1.2 Типовые алгоритмы цифровых проектов и кампаний в сфере сохранения и освоения культурного и природного наследия	2	2			14
Раздел 2. Основные технологии создания информационных ресурсов Интернет					
Тема 2.1 Организация процессов в интернет-маркетинге	2	2			20
Тема 2.2 Стратегическое планирование развития ИТ-продукта	2	2			20
Тема 2.3 Особенности создания стратегия продвижения в социальных сетях (SMM) для ИТ-продукта	2	2			20
Итого в семестре:	10	10	0	0	88
Итого	10	10	0	0	88

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	Раздел 1. Особенности разработки и реализации цифровые проекты в сферах цифрового контента Тема 1.1 Типовые алгоритмы цифровых проектов и кампаний в сфере цифрового контента Этапы процесса создания цифровых проектов: определение проблемы, формирование творческой концепции развертывание кампании, выход, проверка результатов (обратная связь). Специфика цифрового контента. Социальные сети и медиа. Особенности и ограничения. Тема 1.2 Типовые алгоритмы цифровых проектов и кампаний в сфере сохранения и освоения культурного и природного наследия Особенности формирования цифровых проектов и кампаний в сфере сохранения и освоения культурного и природного наследия. Законодательные ограничения. Этапы планирования цифрового проекта и расчет его экономической и коммуникативной эффективности.
2	Раздел 2. Основные технологии создания информационных ресурсов Интернет Тема 2.1 Организация процессов в интернет- маркетинге Коммуникационное взаимодействие в интернет-среде. Основные термины и понятия в интернет - маркетинга. КРІ ключевые показатели эффективности) каждого канала интернет-маркетинга. Мониторинг информационного поля конкурентов. Процесс определения и сегментации целевой аудитории. Веб-аналитика. ИИ Тема 2.2 Стратегическое планирование развития ИТ-продукта Создание эффективного ИТ-продукта. Маркетинговое планирование, планирование рекламы и проектирование ИТ-продукта.

	Маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации ИТ-продукта. Таргет. Тема 2.3 Особенности создания стратегия продвижения в социальных сетях (SMM) для ИТ-продукта Социальные сети виды, особенности, рекламно-коммуникационные возможности. Подбор площадок для размещения медийных рекламных материалов для ИТ-продукта. Подготовка контента для ИТ-продукта. SMM-стратегия для ИТ-продукта. ИИ.
--	---

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 8					
1	Разработка производства цифрового проекта	Решение ситуационных задач	2	2	1
2	Разработка производства социального цифрового проекта	Решение ситуационных задач	2	2	1
3	Анализ информационного поля компании	Решение ситуационных задач	2	2	2
4	Разработка таргетированной рекламы для ИТ-продукта	Решение ситуационных задач	2	2	2
5	Стратегия продвижения для ИТ-продукта	Решение ситуационных задач	2	2	2
Всего			10	10	

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего				

4.5. Выполнение курсового проекта/ курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 8, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	70	70
Курсовое проектирование (КП, КР)		
Расчетно-графические задания (РГЗ)		
Выполнение реферата (Р)		
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	8	8
Домашнее задание (ДЗ)		
Контрольные работы заочников (КРЗ)		
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	10	10
Всего:	88	88

5. Перечень учебно-методического обеспечения

для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. разделов 6-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
https://znanium.ru/catalog/document?id=460525#bib Режим доступа: для авторизованных пользователей.	Харина, О. С. Управление стартапом и жизненным циклом технологического продукта: учебное пособие / О. С. Харина, Э. Р. Жданов, Д. Попель. - Чебоксары: Среда, 2024. - 149 с.	
https://znanium.ru/catalog/document?id=421532 Режим доступа: для авторизованных пользователей.	Маркетинговое управление разработкой продукта: учебное пособие / И. И. Скоробогатых, М. А. Солнцев, Ж. Б. Мусатова, П. Ю. Невоструев; под общ. ред. И. И. Скоробогатых. - Москва: Дашков и К, 2022. - 195 с.	
https://e.lanbook.com/book/514623 Режим доступа: для авторизованных пользователей.	Интернет-маркетинг: учебно-методическое пособие / К. А. Деева, Е. А. Малов. — Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2024. — 64 с.	

7. Перечень электронных образовательных ресурсов
информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
https://pro.guap.ru/	Элементы электронного курса (задания для подготовки к занятием) размещены внутри по ЭИОС ГУАП «Интегрированная среда обучения»
https://lms.guap.ru	Мультимедийные презентации по дисциплине размещены в системе дистанционного обучения ГУАП

8. Перечень информационных технологий

8.1 Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
	Программные средства общего назначения
1	Электронная информационно-образовательная среда ГУАП «Интегрированная среда обучения» (https://pro.guap.ru/) разработана сотрудниками ГУАП (введена в эксплуатацию приказом ГУАП от 06.06.2017 № 05-215/17), перечень модулей и их функциональное назначение изложены по ссылке https://guap.ru/it/system/iso
2	Официальный сайт образовательной организации в сети «Интернет» (https://guap.ru/), разработан сотрудниками ГУАП (введен в эксплуатацию Приказом ГУАП от 23.03.2023 № 05-145/23)
3	Microsoft Office 2019 (договор ГУАП, информация о лицензии представлена по ссылке https://guap.ru/it/system/iso/po)
4	LibreOffice 5 (Лицензия LGPLv3)
5	MozillaFirefox(лицензии GPL/LGPL/MPL)
6	VLC mediaplayer (Лицензия: GNU LesserGeneralPublicLicense v2.1+)

8.2 Перечень информационно-справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
	Электронные библиотечные ресурсы и системы
1	Электронный каталог библиотеки ГУАП с доступом к базе полнотекстовых изданий (https://lib.guap.ru), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП
2	Научная электронная библиотека «eLIBRARY» (https://elibrary.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
3	ЭБС «Лань» (https://e.lanbook.com/), доступ через личный кабинет читателя

	библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
4	ЭБС Znanium (https://znanium.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
5	Образовательная платформа «Юрайт» (https://urait.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
6	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» (https://cyberleninka.ru/), свободный доступ
	Информационные и справочно-правовые системы
1	"Консультант Плюс" (www.consultant.ru) сетевая версия для образовательных организаций, доступ по IP -адресам ГУАП

9 Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитория для занятий лекционного типа, для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации. Мультимедийная лекционная аудитория: специализированная мебель; технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории; набор демонстрационного оборудования (Интерактивный мультисенсорный дисплей на перекадной стойке FocusTouch Диагональ 70" – 1 шт., ПЭВМ – 1 шт.); Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	
2	Учебная аудитория для занятий семинарского типа (в том числе практических занятий), для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для воспитательной работы. Укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации. Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	
3	Помещение для самостоятельной работы – читальный зал ГУАП: специализированная мебель; WiFi с выходом в вычислительную сеть ГУАП и Интернет, обеспечивающий доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП и к подписным ресурсам: «Электронно-библиотечная система Znanium.com», «Издательство Лань. Электронно-библиотечная система», «Электронно-библиотечная система elibrary», копир-принтер Kyocera KM-2550	ауд. 31-07 читальный зал (ул. Ленсовета, д.14)

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1 Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Зачет	Список вопросов и задач; Тесты

10.2 В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 – Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«отлично» «зачтено»	Обучающийся: – глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно связывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 90% до 100% тестовых заданий.
«хорошо» «зачтено»	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. – правильно выполнил от 70% до 89% тестовых заданий.
«удовлетворительно» «зачтено»	– 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. – правильно выполнил от 51% до 69% тестовых заданий.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	– 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. – правильно выполнил менее 51% тестовых заданий.

10.3 Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета	Код индикатора
1.	Выявите основные методы и технологии ИИ относительно процесса создания цифрового проекта	ПК-2.3.2
2.	Определите VR/AR-технологии в креативных индустриях	ПК-2.3.2
3.	Сформулируйте методы проведения комплексных дизайнерских исследований	ПК-2.3.2
4.	Выявите технологии сбора и анализа информации	ПК-2.3.2
5.	Рассчитайте эффективности основных методов и технологий ИИ при разработке цифрового проекта	ПК-2.В.1
6.	Разработайте концепцию интерактивного VR-музея русской живописи XIX века для молодёжи 16–25 лет. Используйте инструменты ИИ для анализа поисковых запросов и социальных медиа, чтобы выявить наиболее популярные произведения и художников среди целевой аудитории. Составьте список из 10–15 ключевых картин для экспозиции на основе данных ИИ-анализа; опишите 3 интерактивных элемента в VR (например, возможность «войти» в картину, увидеть процесс её создания, пообщаться с виртуальным гидом-искусствоведом); укажите, какие технологии VR (движки, гарнитуры) и ИИ (алгоритмы анализа данных, чат-боты) будут использованы; представьте краткий план маркетинговой кампании, подчёркивающий уникальность VR-формата.	ПК-2.В.1
7.	Компания, занимающаяся организацией городских квестов, хочет внедрить AR-технологию для создания нового продукта — «Исторический слой города». Ваша задача — разработать прототип AR-фильтра для мобильного приложения. Выберите исторический период и локацию (например, центр СПб 1920-х годов); опишите, какие визуальные элементы (здания, транспорт, люди в одежде эпохи) будут накладываться на реальную картинку через камеру смартфона; определите, какие данные (исторические фото, карты, архивные записи) потребуются для создания достоверной AR-модели и как их можно собрать/обработать с помощью ИИ; составьте краткий гайд для пользователя: как запустить фильтр и взаимодействовать с AR-объектами.	ПК-2.В.1
8.	Вам поручено создать фирменный стиль и систему визуальной коммуникации для нового фестиваля цифрового искусства «Future Art Fest». Используйте генеративные ИИ-инструменты (Midjourney, DALL-E и т.д.) для разработки концепции. Сформулируйте 5–7 промптов (запросов) для ИИ, чтобы получить варианты логотипа и ключевых визуальных образов фестиваля	ПК-2.В.1

	(учитывайте темы: технологии, творчество, будущее); выберите 2–3 лучших варианта и доработайте их в графическом редакторе (опишите, какие изменения внесете); разработайте гайдлайн по использованию фирменного стиля: цвета, шрифты, паттерны, примеры носителей (афиша, сайт, мерч); объясните, как система визуальной коммуникации будет транслировать основную идею фестиваля целевой аудитории.	
9.	Вы руководите командой из 6 человек по разработке мобильного приложения для изучения иностранных языков с игровыми элементами. Целевая аудитория — школьники 12–16 лет. Проведите сегментацию ЦА (минимум 3 сегмента) по интересам и стилю обучения (визуалы, аудиалы, кинестетики); для каждого сегмента предложите 1–2 игровых механики в приложении, которые повысят вовлечённость; составьте матрицу распределения задач между членами команды (дизайнер, программист, методист, тестировщик, маркетолог, менеджер проекта), указав конкретные задачи для каждого на этапе прототипирования; разработайте график спринта на 2 недели с ключевыми точками контроля (ревью дизайна, тестирование прототипа).	ПК-3.В.2
10.	Бренд молодёжной одежды запускает новую коллекцию «Городские джунгли» и нуждается в рекламной кампании в соцсетях. ЦА — молодые люди 18–25 лет, увлекающиеся урбан-туризмом и стрит-артом. Определите 3 основные платформы для продвижения и обоснуйте выбор для данной ЦА; разработайте концепцию 3 типов контента для каждой платформы (видео, пост, сторис), отражающую идею коллекции; распределите обязанности между SMM-специалистом, фотографом, видеографом, копирайтером и инфлюенсером; создайте контент-план на месяц с указанием дат, форматов, ответственных и KPI (охваты, лайки, переходы на сайт).	ПК-3.В.2
11.	Организуется выставка современного искусства для привлечения семейной аудитории (родители 30–45 лет с детьми 7–12 лет). Ваша задача — спланировать интерактивную зону и команду для её реализации. Опишите 2–3 интерактивных активности для детей и родителей (например, рисование на сенсорном экране, создание 3D-скульптуры из виртуальных блоков), которые познакомят с экспонатами выставки; выделите 4 роли в команде (куратор, технический специалист, педагог-аниматор, администратор) и составьте для каждой должностную инструкцию с обязанностями на период работы выставки (1 месяц); предложите систему оценки эффективности зоны (анкеты для посетителей, количество участников, отзывы в соцсетях).	ПК-3.В.2
12.	Организуйте деятельность исполнителей дизайн-проекта и рассчитайте эффективность от их работы	ПК-3.В.2
13.	Сформулируйте основы менеджмента и маркетинга в социокультурной и цифровой сферах	ПК-6.3.1
14.	Выявите специфику современной повседневной и организационной культуры	ПК-6.3.1
15.	Определите основные принципы и технологии управления	ПК-6.3.1

	проектами	
16.	Выявите особенности работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами	ПК-6.3.1
17.	Разработайте и рассчитайте экономическую эффективность стратегического планирования развития ИТ-продукта	ПК-6.В.1
18.	Вы запускаете платформу для онлайн-обучения навыкам дизайна (курсы по UI/UX, иллюстрации, 3D). Составьте стратегический план развития на 1 год. SWOT-анализ продукта (сильные/слабые стороны, возможности/угрозы); 3 ключевые цели на год (например, привлечь 10 000 платных подписчиков, запустить 5 новых курсов); дорожная карта (roadmap) с квартальными этапами: Q1 — запуск бета-версии, Q2 — маркетинговая кампания, Q3 — добавление новых функций, Q4 — анализ и планирование следующего года; метрики успеха для каждого квартала (CAC, LTV, конверсия в покупку, NPS).	ПК-6.В.1
19.	У вас есть мобильное приложение для заказа еды из локальных кафе и ресторанов. Необходимо увеличить конверсию из установки в первый заказ на 20 % в течение 3 месяцев. Проанализируйте воронку продаж и выделите 2–3 этапа с наибольшими потерями пользователей (например, регистрация, выбор ресторана, оформление заказа); предложите 2–3 маркетинговые акции для привлечения новых пользователей (скидки на первый заказ, реферальная программа) и 2 UX-улучшения для проблемных этапов воронки (упрощённая регистрация, персонализированные рекомендации); составьте медиаплан на 3 месяца: каналы продвижения (таргетированная реклама, партнёрство с блогерами, email-рассылки), бюджет, ожидаемый охват; определите KPI для оценки успеха (конверсия в заказ, CPI, Retention Rate).	ПК-6.В.1
20.	Интернет-магазин электроники хочет расширить присутствие на рынке через развитие B2B-направления (продажа мелким и средним магазинам). Разработайте стратегию электронной коммерции. Оцените потенциал B2B-рынка (объём, конкуренты, спрос на оптовые закупки электроники); опишите модель работы (платформа для оптовых закупок, персональный менеджер, гибкие условия оплаты); спланируйте интеграцию с CRM и ERP-системами для автоматизации заказов, учёта и логистики; предложите пакет маркетинговых инструментов для привлечения B2B-клиентов (участие в отраслевых выставках, вебинары, SEO для коммерческих запросов); установите целевые показатели на 6 месяцев (количество новых B2B-партнёров, объём оптовых продаж, средний чек).	ПК-6.В.1

Перечень тем для выполнения курсового проекта/ курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для выполнения курсового проекта / курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для выполнения курсового проекта/ курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора																								
1	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Интернет-маркетинг имеет преимущества по сравнению с классическим маркетингом. Выберите из перечисленных те преимущества, которые связаны с анализом KPI. 1. Таргетированность 2. Интерактивность 3. Веб-аналитика 4. Небольшая стоимость Обоснование:	ПК-2.3.2																								
2	Прочитайте текст и установите соответствие При сегментации целевой аудитории часто используется методика М. Шеррингтона. Соотнесите способ сегментации с вопросом. <table><tr><th colspan="2">Способ сегментации</th><th colspan="2">Вопрос</th></tr><tr><td>1</td><td>Сегментация по типу товара</td><td>А</td><td>Где?</td></tr><tr><td>2</td><td>Сегментация по типу потребителя</td><td>Б</td><td>Почему?</td></tr><tr><td>3</td><td>Сегментация по типу мотивации к совершению покупки</td><td>В</td><td>Кто?</td></tr><tr><td>4</td><td>Сегментация по ситуации</td><td>Г</td><td>Что?</td></tr><tr><td>5</td><td>Сегментация по каналам сбыта</td><td>Д</td><td>Когда?</td></tr></table> Ответ:	Способ сегментации		Вопрос		1	Сегментация по типу товара	А	Где?	2	Сегментация по типу потребителя	Б	Почему?	3	Сегментация по типу мотивации к совершению покупки	В	Кто?	4	Сегментация по ситуации	Г	Что?	5	Сегментация по каналам сбыта	Д	Когда?	ПК-2.3.2
Способ сегментации		Вопрос																								
1	Сегментация по типу товара	А	Где?																							
2	Сегментация по типу потребителя	Б	Почему?																							
3	Сегментация по типу мотивации к совершению покупки	В	Кто?																							
4	Сегментация по ситуации	Г	Что?																							
5	Сегментация по каналам сбыта	Д	Когда?																							
3	Прочитайте текст и выберите один правильный ответ. Обоснуйте выбор. Как лучше всего оформить контент для размещения на сайте или в социальных медиа: 1. Без изображений и функций форматирования текста 2. С множеством изображений без текста 3. С одним или несколькими изображениями и отформатированным текстом 4. С одной фотографией Обоснование:	ПК-2.В.1																								
4	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Сегментация целевой аудитории проводится на основании сегментов. Выберите из перечисленных сегментов, те, которые связаны с социально-экономическими характеристиками. 1. Доход	ПК-2.В.1																								

	2. Образование 3. Социальный статус 4. Семейное положение Обоснование:																					
5	Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами. В РФ в интернет-среде существуют разные социальные медиа. Соотнесите вид социального медиа с его названием. <table><tr><th colspan="2">Социальные медиа</th><th colspan="2">Название</th></tr><tr><td>1</td><td>Социальная сеть</td><td>А</td><td>Телеграм</td></tr><tr><td>2</td><td>Мессенджер</td><td>Б</td><td>Одноклассники</td></tr><tr><td>3</td><td>Видеохостинг</td><td>В</td><td>ВК</td></tr><tr><td>4</td><td>Социальная сеть</td><td>Г</td><td>РуТуб</td></tr></table> Ответ:	Социальные медиа		Название		1	Социальная сеть	А	Телеграм	2	Мессенджер	Б	Одноклассники	3	Видеохостинг	В	ВК	4	Социальная сеть	Г	РуТуб	ПК-3.В.2
Социальные медиа		Название																				
1	Социальная сеть	А	Телеграм																			
2	Мессенджер	Б	Одноклассники																			
3	Видеохостинг	В	ВК																			
4	Социальная сеть	Г	РуТуб																			
6	Прочитайте текст и выберите один правильный ответ. Обоснуйте выбор. К базовому плану при разработке медиа стратегии относится: 1. техническое задание 2. бриф 3. медиплан 4. шаблон веб-сайта Обоснование:	ПК-3.В.2																				
7	Прочитайте текст и установите последовательность Запишите соответствующую последовательность букв слева направо. Расположите следующие этапы механизма распространения контента в социальных сетях в порядке увеличения времени присутствия его на информационном рынке: А –расширение контента Б – просмотр контента В – обновление контента Г –создание контента Ответ:	ПК-6.3.1																				
8	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ. Дайте определение понятию Интернет-маркетинг. Ответ:	ПК-6.3.1																				
	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ. Дайте определению понятию SMM-стратегия. Ответ:	ПК-6.В.1																				
9	Прочитайте текст и установите последовательность Запишите соответствующую последовательность букв слева направо.	ПК-6.В.1																				

	При продвижении существует много инструментов, при помощи которых можно рекламировать продукцию на сайте. Установите последовательность таких инструментов для долгосрочной перспективы, которая с большей долей вероятности привлечет на сайт посетителя с минимальной стоимостью затрат. А- Поисковая оптимизация Б-Работа с социальными сетями В- Контекстная реклама Г-Баннерная реклама Ответ:	
--	---	--

Ключи правильных ответов на тестовые вопросы размещены в приложении к РПД.
Таблица 18.1 – Критерии оценивания тестирования

Тип задания	Критерии оценки
Задание закрытого типа на установление соответствия считается верным, если установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого столбца)	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов
Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора считается верным, если правильно указана цифра и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответа	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, неверный ответ или его отсутствие – 0 баллов
Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора считается верным, если правильно указаны цифры и приведены конкретные аргументы, используемые при выборе ответов	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов
Задание открытого типа с развернутым ответом считается верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	Правильный ответ за задание оценивается в 3 балла, если допущена одна ошибка \ неточность \ ответ правильный, но не полный - 1 балл, если допущено более 1 ошибки \ ответ неправильный \ ответ отсутствует – 0 баллов

Инструкция по выполнению тестового задания находится в таблице 18.2.

Таблица 18.2 - Инструкция по выполнению тестового задания

№	Тип задания	Инструкция
1	Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую

		позицию в правом столбце
2	Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность Запишите соответствующую последовательность букв слева направо
3	Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа
4	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных и развернутым обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов
5	Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1 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 обучающимися 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;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить 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: 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.

Алгоритм подготовки и проведения лекционного занятия.

- Сформулировать цель лекционного занятия согласно содержанию РПД;
- Провести анализ индикатора: знать;
- Определить этапы занятия с распределением времени;
- Спланировать формы и методы обучения;
- Применить учебно – методический материал;
- Выбрать и/или разработать оценочные материалы для оценки работы обучающихся на занятии.

11.2 Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимися практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Требования к проведению практических занятий

Структурными элементами практического занятия являются: вводная часть, основная часть, заключительная часть.

Вводная часть обеспечивает подготовку студентов к выполнению заданий работы.

В ее состав входят:

- формулировка темы, целей и задач занятия;
- обоснование значимости темы для профессиональной подготовки;
- связь с другими разделами курса;
- изложение теоретических основ;
- разъяснение методов и приёмов выполнения заданий;
- требования к результату работы;
- инструктаж по технике безопасности;
- проверка готовности студентов;
- пробное выполнение заданий;
- указания по самоконтролю.

Основная часть предполагает самостоятельное выполнение заданий студентами. Она может сопровождаться:

- дополнительные разъяснения по ходу работы;
- устранение затруднений;
- текущий контроль и оценка результатов;
- поддержка работоспособности технических средств;
- ответы на вопросы студентов.

Заключительная часть содержит:

- подведение итогов занятия (анализ успехов и недочётов);
- оценка работы отдельных студентов;
- ответы на вопросы;
- рекомендации по устранению пробелов в знаниях и навыках;
- сбор отчётов для проверки;
- информация о подготовке к следующему занятию (включая список литературы).

Вводная и заключительная части практического занятия проводятся фронтально. Основная часть выполняется каждым студентом индивидуально.

Требования к отчету по практическим работам:

- 1) Заполненный титульный лист («Шапка» титульного листа должна быть в 4 строки, без строк в одно слово; Поля страницы: верхнее и нижнее — 20 мм, левое — 30 мм, правое — 15 мм.),
- 2) Соответствие стандартам ГОСТ 7.32,
- 3) Сдача и защита практической работы в установленный преподавателем срок.

Все необходимые материалы размещены в личном кабинете учащегося <http://lms.guap.ru/course/view.php?id=1923>.

11.3 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.

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.

Основными методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся, являются источники из перечня печатных и электронных учебных изданий, указанных в таблице 8. Кроме этого, обучающийся может пользоваться электронными ресурсами, указанными в таблицах 9 и 11.

11.4 Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

В течение семестра обучающиеся загружают в ЭИОС ГУАП отчётные материалы, в соответствии с установленными НПП требованиями и методами проведения ТКУ, а НПП оценивают загруженные материалы. Оценка, сделанная НПП, зарегистрированным под своим логином и паролем, является оценкой результатов ТКУ.

Требования к проведению текущего контроля успеваемости: к моменту проведения текущего контроля успеваемости (8 неделя обучения) должно быть выполнено 3 практические работы, проведен устный опрос.

Вопросы для устного опроса:

1. Из каких этапов состоит процесс создания любого цифрового проекта?
2. Что называют креативной идеей (концепцией)?
3. На чем основан прежде всего творческий процесс создания цифрового рекламного продукта?
4. Перечислите этапы творческого процесса разработки ИТ-продукта?
5. Какие существуют модели воздействия обращений на потребителя?
6. Определите роль и место фирменного стиля в системе маркетинговых коммуникаций?
7. Что представляет собой создание портрета целевого потребителя?
8. Определите особенности продвижения в сети Интернет?
9. Что должно быть включено в план рекламных действий компании, решившей принять участие в цифровой среде?
10. Каким образом выявляются медиапредпочтения целевой аудитории?
11. Какими технологиями ИИ можно пользоваться при создании цифрового продукта для ИТ-продукта?

Методы проведения текущего контроля успеваемости: контроль посещаемости, устный опрос на занятиях и выполнения практических работ.

Результаты текущего контроля успеваемости учитываются при проведении промежуточной аттестации и являются основанием для допуска студентов к промежуточной аттестации.

11.5 Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

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

– зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся в ходе изучения учебной дисциплины в целом или промежуточная (по окончании семестра) оценка знаний обучающимся по отдельным разделам дисциплины с аттестационной оценкой «зачтено» или «не зачтено».

Требования к проведению промежуточной аттестации: к моменту проведения промежуточной аттестации должны быть выполнены все практические работы, пройден устный опрос.

Метод проведения промежуточной аттестации: зачет по дисциплине.

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