

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.э.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

(подпись)

« 31 » 08 2021 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Информационные технологии»
(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	42.03.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Реклама и связи с общественностью
Наименование направленности	Реклама и связи с общественностью в социально- политической сфере
Форма обучения	заочная

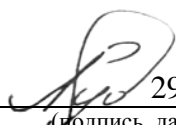
Санкт-Петербург– 2021__

Лист согласования программы

Программу составил (а)

доцент, к.э.н., доцент

(должность, уч. степень, звание)



29.08.2021

(подпись, дата)

Л.В. Рудакова

(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 82

« 30 » 08 2021 г, протокол № 1

Заведующий кафедрой № 82

д.э.н., доц.

(уч. степень, звание)



30.08.2021

(подпись, дата)

А.С. Будагов

(инициалы, фамилия)

Ответственный за ОП ВО 42.03.01(01)

проф., д.э.н., проф.

(должность, уч. степень, звание)



30.08.2021

(подпись, дата)

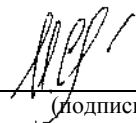
К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

доц., к.п.н., доц.

(должность, уч. степень, звание)



30.08.2021

(подпись, дата)

И.М. Евдокимов

(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Информационные технологии» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/специальности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности «Реклама и связи с общественностью в социально-политической сфере». Дисциплина реализуется кафедрой «№82».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

УК-1 «Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач»

УК-4 «Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)»

ОПК-6 «Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с поиском, критическим анализом и синтезом информации, применять системный подход для решения поставленных задач; с пониманием принципов работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности; с возможностью осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке (ах).

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

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

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

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов.

Язык обучения по дисциплине «русский»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины получение обучающимися необходимых знаний, умений и навыков в области связанных с поиском, критическим анализом и синтезом информации, применять системный подход для решения поставленных задач; с пониманием принципов работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности; с возможностью осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке (ах).

1.2. Дисциплина входит в состав обязательной части 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
Универсальные компетенции	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.В.1 владеть методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации; методикой системного подхода для решения поставленных задач
Универсальные компетенции	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.3.1 знать компьютерные технологии и информационные инфраструктура в организации; коммуникации в профессиональной этике; факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; методы исследования коммуникативного потенциала личности; современные средства информационно-коммуникационных технологий УК-4.В.1 владеть навыками делового общения, осуществлением устными и письменными коммуникациями, в том числе на иностранном языке; представлением планов и результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий; владеет технологией построения эффективной коммуникации

		в организации; передачей профессиональной информации в информационно-телекоммуникационных сетях; использованием современных средств информационно-коммуникационных технологий
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.3.1 знать систему отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения ОПК-6.У.1 уметь применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов ОПК-6.В.1 владеть актуальными техническими инструментами и программным обеспечением при разработке медиа стратегии

2. Место дисциплины в структуре ОП

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

- «Информатика»

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

- «Маркетинг в профессиональной деятельности»,
- «Теория и практика массовой информации»,
- «Основы информационной безопасности».

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	
		№2	№3
1	2	3	4
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	8/ 288	5/ 180	3/ 108
Из них часов практической подготовки			
Аудиторные занятия, всего час.	36	20	16
в том числе:			
лекции (Л), (час)	16	8	8
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	4	4	
лабораторные работы (ЛР), (час)	16	8	8
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)			
экзамен, (час)	9	9	

Самостоятельная работа , всего (час)	243	151	92
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Экз., Зачет	Экз.	Зачет

Примечание: ** кандидатский экзамен

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 (час)	СРС (час)
Семестр 2					
Раздел 1. Информационные технологии					
Тема 1.1 Понятие информационных технологий в современном обществе.	2	2			40
Тема 1.2 Понятие автоматизированных информационных систем на предприятии	2		4		40
Раздел 2. Интегрированная информационная среда					40
Тема 2.1 Создание интегрированной информационной среды предприятия	2	2	4		31
Тема 2.2 Электронный документооборот	2				
Итого в семестре:	8	4	8		151
Семестр 3					
Раздел 3. Современные цифровые устройства					
Тема 3.1 Платформы и программное обеспечение на всех этапах создания коммуникационных продуктов	2		4		20
Тема 3.2 Технические инструменты и программное обеспечение при разработке медиа стратегии	2				30
Раздел 4. Стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет					
Тема 4.1 Особенности создание интернет-рекламы	2		4		20
Тема 4.2 Продвижение и аналитика в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	2				22
Итого в семестре:	8		8		92
Итого	16	4	16	0	243

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	<p>Раздел 1. Информационные технологии</p> <p>Тема 1.1 Понятие информационных технологий в современном обществе.</p> <p>Информационные системы, информационные технологии и информационно-коммуникационные технологии; их классификация и области применения. Определение, назначение, возможности и особенности информационных систем предприятия. Информационная система как модель бизнеса.</p> <p>Тема 1.2 Понятие автоматизированных информационных систем на предприятии</p> <p>Технологии разработки и построения информационных систем. Выбор и внедрение автоматизированных информационных систем. Анализ деятельности предприятия и её реорганизация. Разработка стратегии автоматизации.</p>
2	<p>Раздел 2. Интегрированная информационная среда</p> <p>Тема 2.1 Создание интегрированной информационной среды предприятия</p> <p>Создание интегрированной информационной среды предприятия. 1С:Предприятие. Версии, особенности, основные элементы.</p> <p>Тема 2.2 Электронный документооборот.</p> <p>Система электронного документооборота. Особенности и перспективы создания. Основные элементы системы электронного документооборота.</p>
3	<p>Раздел 3. Современные цифровые устройства</p> <p>Тема 3.1 Платформы и программное обеспечение на всех этапах создания коммуникационных продуктов.</p> <p>Современные цифровые устройства на рынке информационных технологий. Платформы и программное обеспечение на всех этапах создания коммуникационных и/или рекламных продуктов.</p> <p>Тема 3.2 Технические инструменты и программное обеспечение при разработке медиа стратегии</p> <p>Технические инструменты и программное обеспечение при разработке медиа стратегии. Виды медиа стратегий. SMM-стратегии.</p>
4	<p>Раздел 4. Стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети Интернет</p> <p>Тема 4.1 Особенности создание интернет-рекламы.</p> <p>Проектирование и разработка рекламных материалов. Веб-райтинг. Формирование медийных рекламных материалов. Информационные технологии, используемые в интернет-маркетинге. Графический дизайн. Администрирование веб-сайта. Веб-аналитика.</p> <p>Тема 4.2 Продвижение и аналитика в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.</p>

	Подбор площадок для размещения медийных рекламных материалов. Подготовка медийного контента. Медиа - планирование. Специфика размещение медийной рекламы. Аналитика и отчетность по реализации медийной стратегии в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.
--	---

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 2					
1	Информационные ресурсы	Практическая работа	2	2	1
2	Анализ деятельности предприятия при помощи информационных технологий	Практическая работа	2	2	2
Всего			4	4	

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
Семестр 2				
1	Организация процессов в интернет пространстве	4	4	1
2	1С:Предприятие	4	4	2
Семестр 3				
3	Создание веб-сайта при помощи информационных технологий	4	4	3
4	SMM стратегия	4	4	4
Всего		16	16	

4.5. Курсовое проектирование/ выполнение 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 2, час	Семестр 3, час
1	2	3	4
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	160	110	50
Курсовое проектирование (КП, КР)	-	-	-
Расчетно-графические задания (РГЗ)	-	-	-
Выполнение реферата (Р)	-	-	-
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	20	10	10
Домашнее задание (ДЗ)	-	-	-
Контрольные работы заочников (КРЗ)	40	20	20
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	23	11	12
Всего:	243	151	92

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

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

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://new.znanium.com/catalog/product/541640	Акулич, М. В. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / Акулич М.В. - Москва: Дашков и К, 2018. - 352 с. [электронный ресурс]	
https://new.znanium.com/catalog/product/1053378	Смолина, В.А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях: практ. пособие / В.А. Смолина. - Москва: Инфра-Инженерия, 2019. - 252 с.	
https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29888283	Барабанова М.И. Информационные технологии: открытые системы, сети, безопасность в системах и сетях: учебное пособие / М.И. Барабанова. – СПб: СПбГУ, 2018. – 253 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
http://www.akarussia.ru/knowledge/industrial_standarts	«Особенности маркетинговых коммуникаций в Интернете с позиции норм деловой этики. Позиция Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР) и Ассоциации интерактивных агентств (АИА)
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/	КонсультантПлюс
http://1c.ru/	1:С Предприятие Платформа

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
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,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

№ п/п	Наименование
1	Лань
2	ЭБС ZNANIUM
3	Гарант

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице12.

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 занятий и занятий практического типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации	
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. 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
Экзамен	Список вопросов к экзамену
Зачет	Список вопросов

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»	<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.
«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.

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«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.
«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.

10.3. 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
1	Владеть методами поиска, сбора и обработки, критического анализа информации	УК-1.В.1
2	Владеть методами поиска, сбора и обработки, критического синтеза информации	УК-1.В.1
3	Владеть методикой системного подхода для решения поставленных задач	УК-1.В.1
4	Знать компьютерные технологии и информационные инфраструктура в организации; коммуникации в профессиональной этике	УК-4.3.1
5	Знать факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии	УК-4.3.1
6	Знать методы исследования коммуникативного потенциала личности; современные средства информационно-коммуникационных технологий	УК-4.3.1
7	Владеть навыками делового общения, осуществлением устными и письменными коммуникациями, в том числе на иностранном языке	УК-4.В.1
8	Владеть навыками представления планов и результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий	УК-4.В.1
9	Владеет технологией построения эффективной коммуникации в организации; передачей профессиональной информации в информационно-телекоммуникационных сетях; использованием современных средств информационно-коммуникационных технологий	УК-4.В.1
10	Перспективные методы информационных технологий для осуществления профессиональной деятельности	ОПК-6.3.1
11	Эволюция информационных систем, информационных технологий и	ОПК-6.3.1

	ИКТ	
12	Информационные технологии и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.3.1
13	Логическая структура информации	ОПК-6.3.1
14	Понятие системы. Свойства и структура системы. Система управления и обратная связь.	ОПК-6.3.1
15	Понятие информационной системы (ИС).	ОПК-6.3.1
16	Характеристика компонентов ИС.	ОПК-6.3.1
17	Понятие информации. Классификация информации	ОПК-6.3.1
18	Современные цифровые устройства, платформы на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	ОПК-6.У.1
19	Особенности проектирования современных ИС. Основные компоненты проектирования ИС.	ОПК-6.У.1
20	Основные методологические подходы к проектированию ИС: сущность, преимущества, недостатки.	ОПК-6.У.1
21	Современные ИТ платформы предприятий	ОПК-6.У.1
22	Современные цифровые устройства	ОПК-6.У.1
23	Этапы создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	ОПК-6.У.1
24	Актуальные технические инструменты при разработке медиа стратегии	ОПК-6.В.1
25	Этапы разработки медиа стратегии	ОПК-6.В.1
26	Эффективный поиск информации в Интернет	ОПК-6.В.1
27	Организация процессов в интернет пространстве	ОПК-6.В.1
28	Анализ деятельности предприятия и конкурентов при помощи информационных технологий	ОПК-6.В.1
29	ИС:Предприятие	ОПК-6.В.1

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

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
1	Владеть методами поиска, сбора и обработки, критического анализа информации	УК-1.В.1
2	Владеть методами поиска, сбора и обработки, критического синтеза информации	УК-1.В.1
3	Владеть методикой системного подхода для решения поставленных задач	УК-1.В.1
4	Знать компьютерные технологии и информационные инфраструктура в организации	УК-4.3.1
5	Знать коммуникации в профессиональной этике; факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии	УК-4.3.1
6	Знать характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; методы исследования коммуникативного потенциала личности; современные средства информационно-коммуникационных технологий	УК-4.3.1
7	Владеть навыками делового общения, осуществлением устными и	УК-4.В.1

	письменными коммуникациями, в том числе на иностранном языке	
8	Владеть навыками представления планов и результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий; владеет технологией построения эффективной коммуникации в организации	УК-4.В.1
9	Владеть навыками передачи профессиональной информации в информационно-телекоммуникационных сетях; использованием современных средств информационно-коммуникационных технологий	УК-4.В.1
10	Программное обеспечения для осуществления профессиональной деятельности	ОПК-6.3.1
11	Документация (бриф)	ОПК-6.3.1
12	CMS	ОПК-6.3.1
13	Виды маркетинговых коммуникаций применяемых в информационно-телекоммуникационной сети Интернет	ОПК-6.3.1
14	Мониторинг информационного поля конкурентов	ОПК-6.3.1
15	Провести анализ программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	ОПК-6.У.1
16	Разработать веб-сайт: виды, коммуникационные функции, структура, требования	ОПК-6.У.1
17	Спроектировать интернет-рекламу	ОПК-6.У.1
18	Проанализировать интернет-блоги и форумы, особенность работы, электронные подписки.	ОПК-6.У.1
19	Проанализировать социальные сети виды, особенности, рекламно-коммуникационные возможности.	ОПК-6.У.1
20	Выбрать и обосновать площадки для продвижения рекламного продукта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.	ОПК-6.У.1
21	Выбрать и обосновать программное обеспечение при разработке медиа стратегии	ОПК-6.В.1
22	Спланировать медийную кампанию в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.	ОПК-6.В.1
23	Провести проектирование рекламных материалов.	ОПК-6.В.1
24	Провести веб-райтинг.	ОПК-6.В.1
25	Сформировать медийные рекламные материалы.	ОПК-6.В.1
26	Разработать коммуникационные продукты в графическом дизайне.	ОПК-6.В.1
27	Выбрать и обосновать площадки для размещения медийных рекламных материалов.	ОПК-6.В.1
28	Подготовить медийный контент.	ОПК-6.В.1
29	Провести аналитику по реализации медийной стратегии в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.	ОПК-6.В.1

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

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

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения 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
	не предусмотрено	

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

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Примерный перечень контрольных и практических задач / заданий
	<p>Задание 1 Рассмотрите в социальных сетях три блога (актеров, спортсменов, врачей). Объясните, что привлекло рекламодателей к каждой знаменитости (компетентность, достоверность, привлекательность) или что-то другое. Насколько такая интернет-реклама убедительна и почему?</p> <p>Задание 2 Объясните, какой рекламный пост наиболее эффективно использовать при рекламировании следующих товаров или услуг: бумажные салфетки; выбор депутата государственной думы; хлеб; антитабачная программа; программа защиты вымирающих животных.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Придумать 1 автоматическую рассылку в соответствии с легендой. Составить текст письма. 2. Придумать 1 периодическую рассылку в соответствии с легендой. Составить текст письма. 3. Придумать 1 триггерную рассылку в соответствии с легендой. Составить текст письма. 4. Придумать 1 служебную рассылку в соответствии с легендой. Составить текст письма. <p>Задание 3 Целевой сегмент рынка плохо воспринимает продукция вашей компании (дорогие женские духи). Какими личными качествами должен обладать человек, рекламируемый вашей продукцией? Кому бы вы предложили ее рекламировать в Интернет – среде и почему?</p> <p>Задание 4 Согласно результатам классического рекламного исследования, «волшебными словами» любого рекламного материала являются: новый; сегодня; уникальный; наконец-то; бесплатно; удивительный; прорыв; быстрый; распродажа; просто; особый; впервые. Напишите небольшую статью, которую можно было бы опубликовать в Инстаграме?</p> <p>Задание 5 Проанализируйте рейтинги двух тематически одинаковых веб – сайтов и объясните их коммуникационную и рекламную политику.</p> <p>Задание 6 Оптовая компания по продаже канцелярских товаров решила минимизировать свои затраты за счет уменьшения вложений в продвижения и рекламу своих товаров. Почему это можно считать их слабой стороной? Какие инструменты Интернет – маркетинга им нужно выбрать, чтобы выйти из сложившейся ситуации?</p> <p>Задание 7 Частной стоматологической клиники «Дантис», специализируется на лечении</p>

	<p>детей. Стоимость услуг ориентирована на высокий класс населения. Разработать лендинг на платформе https://tilda.cc/ru/ или https://ru.wix.com/ защитить его перед Заказчиком.</p> <p>Задание 8</p> <p>Любое лечебное учреждение в рыночных условиях, должно быть ориентированно на рынок. На очередном совещании главный врач сказал: «Изучите своих потребителей, и тогда вы сможете удовлетворить их нужды потребности более эффективно». Кого и как нужно изучать сотрудника лечебного учреждения, используя при это Интернет - среду?</p> <p>Задание 9</p> <p>Компания «Вера» разработала программу, которая могла бы помочь родителям обсуждать со своими несовершеннолетними детьми проблему потребления наркотиков. Информация о программе была опубликована на сайте компании и нескольких социальных сетях. Как компании «Вера» определить уровень осведомленности об этой рекламе и реакцию матерей?</p> <p>Задание 10</p> <p>В крупном мегаполисе открывается новый детский магазин специализирующегося на продаже детских игрушек. Создать не менее 3 рекламных модулей с 3 вариантами креатива каждый соответствии с легендой.</p> <p>Задание 11</p> <p>Новая радиостанция «ШОК», специализирующаяся на поп- музыке открывается в небольшом городе. Руководство не знает, как позиционировать радиостанцию на рынке.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Найдите не менее 3 аналогичных проектов, составив аналитическую справку, в которой будет проведен анализ проектов не менее чем по 5 критериям (цена, коммуникации, целевая аудитория, товар/услуга, место расположение). 2. Составьте таблицу сравнительного анализа аналогичных проектов, на основании которой сделать не менее 5 выводов. 3. Выявите страницы/аккаунты этих проектов, проведите сравнительный анализ, на основании которого также сделать не менее 5 выводов. <p>Задание 12</p> <p>Напишите 2 письма для email рассылки. Преимущества велосипеда внедорожника. В одной концепции следует отразить преимущество: «длительная эксплуатация и отличное функционирование», а во второй концепции: «лучшее качество за те же деньги». Целевая аудитория – только опытные велосипедисты – профессионалы.</p>
--	--

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 по дисциплине «Информационные технологии»: 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.

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.

Методика проведения практического занятия может быть различной, при этом важно достижение общей цели дисциплины.

Требования к проведению практических занятий

Вводная часть обеспечивает подготовку студентов к выполнению практической работы. В ее состав входят: формулировка темы, цели и задач занятия, обоснование его значимости в профессиональной подготовке студентов; рассмотрение связей данной темы с другими темами курса; изложение теоретических основ работы; характеристика состава и особенностей заданий работы и объяснение подходов (методов, способов, приемов) к их выполнению; характеристика требований к результату работы; вводный инструктаж по технике безопасности при эксплуатации технических средств; проверка готовности студентов к выполнению заданий работы; пробное выполнение заданий под руководством преподавателя; указания по самоконтролю результатов выполнения заданий студентами.

Основная часть предполагает самостоятельное выполнение заданий студентами. Может сопровождаться: дополнительными разъяснениями по ходу работы; устранением трудностей при выполнении заданий работы; текущим контролем и оценкой результатов работы; поддержанием в рабочем состоянии технических средств; ответами на вопросы студентов.

Заключительная часть содержит: подведение общих итогов (позитивных, негативных) занятия; оценку результатов работы отдельных студентов; ответы на вопросы студентов; выдачу рекомендаций по улучшению показателей работы и устранению пробелов в системе знаний и умений студентов; сбор отчетов студентов по выполненной работе для проверки преподавателем; изложение сведений о подготовке к выполнению следующей работы, в частности, о подлежащей изучению учебной литературе.

Практические задания

Задание 1

Заказчик — частная музыкальная школа «Музыкант». Частная музыкальная школа «Музыкант» прекрасно подойдет для всех тех, кто хочет стать музыкантом, вне зависимости от возраста и уровня подготовки. Ведь музыкальное обучение зависит только от Вашего упорства и желания, а в остальном помогут наши преподаватели. В Школе «Музыкант» помогают начать обучения, продолжить его и поддерживать уже имеющийся хороший уровень. Занятия ведутся индивидуально, возраст от 7 до 30 лет. Необходимо продвинуть бренд и его продукцию на региональном и федеральном уровне.

1. Найдите не менее 5 аналогичных проектов, составив аналитическую справку, в которой будет проведен анализ проектов не менее чем по 5 критериям (цена, коммуникации, целевая аудитория, товар/услуга, место расположение).

2. Составьте таблицу сравнительного анализа аналогичных проектов, на основании которой сделать не менее 5 выводов.

3. Выявите страницы/аккаунты этих проектов, проведите сравнительный анализ, на основании которого также сделать не менее 5 выводов.

Задание 2

Заказчик - Общество по борьбе с онкологическими заболеваниями «Надежда». Оно проводит рекламно-информационную кампанию призванную информировать людей о повышенном риске заболевания раком кожи в результате чрезмерного пребывания на солнце. Предполагается, что в ходе кампании любители загара получают информацию о способах профилактики заболевания. Необходимо продвинуть данную рекламно-информационную кампанию на региональном и федеральном уровне.

Составить аналитическую записку, в которой содержатся следующие пункты:

1. Определение и описание целевой аудитории.

2. Выбор социальных сетей в соответствии с целевой аудиторией для продвижения и обоснование этого выбора.

3. Стратегия продвижения в соответствие с целевой аудиторией по направлениям: цели; задачи для достижения каждой цели; характеристика целевой аудитории для таргета; основная идея в контенте; рубрикатор; стиль текста; дизайн и оформление; темы и формат поста; определить социальные сети для продвижения и обосновать их.

Задание 3

Крупная фирма «Золото Востока», производящая кофе рассматривает возможность выхода своих марок кофе на рынки южных стран. Маркетинговые исследования показали, что значительная часть населения этих стран сосредоточена в крупных перенасыщенных транспортом городах и испытывает постоянные стрессы. Температура воздуха в южных странах достигает до 40 градусов жары. В рекламно - информационном послы подчеркивается вкус кофе, его аромат и свойства, стимулирующие жизненную активность людей.

Написать рекламно – информационные тексты для следующих видов постов; пост-вызов; пост «за кулисами»; вдохновляющий пост; пост-ответ; пост-статистика; пост-цитатник; пост-конкурс; пост-обсуждение.

Задание 4

Компания «Лаки» продает кухни и встраиваемую бытовую технику в разных странах мира. Одна из последних новинок компании микроволновая печь, которая называется «Хрустящая волна». Эта печь делает продукты хрустящими, проста в использовании и удобна, стоимость 500 долларов. Продажи микроволновой печи предполагалась в Европе, а потом в США и других странах.

Составить контент-план на 2 недели, по установленному образцу (таб.9. 1).

Таблица 1.1

Дата	День недели	Время публикации	Тип поста	Тема поста	Текст поста	Рубрика в рубрикаторе

Задание 5

В городе открылся новый магазин «Шаг» по продаже обуви для людей среднего класса, где они могут купить качественную и удобную обувь по средней цене. Магазин стал сразу пользоваться популярностью у покупателей. Рекламный слоган магазина «Самая удобная обувь и только для Вас». Но недавно открылся аналогичный, конкурирующий магазин «На шаг впереди» с рекламным слоганом «Дешево и удобно и только у нас». В связи с этим в магазине «Шаг» резко упали продажи обуви.

1. Составьте техническое задание на изготовление лендинга для дизайнера/разработчика. В нем должно быть отражено композиционное, цветовое, шрифтовое, навигационное решение лендинга.

2. Подготовить презентацию прототипа лендинга для защиты перед клиентом в PowerPoint.

Задание 6

Оцените правильность выбора сети Интернет как средство распространения рекламы для рекламирования хлебобулочных изделий.

Задание 7

Российское рекламно-информационное агентство «XXX» решило сосредоточить свои усилия на международном рынке рекламы. Руководство агентства понимает, что между американских и азиатских компаний существует различия в культуре и менталитете, которое влияет на покупательское поведение. Отношение американской и японской компании к следующим вопросам разное: ориентация на время; принятие решения одним человеком или правило большинства; ориентация на достижения результата; ориентация на действие; длительность и глубина делового сотрудничества.

Создайте не менее 3 рекламных модулей с 3 вариантами креатива каждый для американских и азиатских компаний, в котором предлагаются рекламно-информационные услуги российского агентства «XXX».

Задание 8

Крупный рекламодатель просит разработать эффективную маркетинговую коммуникацию для нового продукта – компьютерной программы для детей в возрасте от 3 до 5 лет, обучающей основам орфографии и счета. При этом особое внимание рекламодатель просит уделить не просто продвижению самого товара, а всей товарной марки.

1. Создайте страницу/группу в социальной сети, учитывая правила создания групп/ страниц бренда.
2. Создайте пост-приветствие и опубликовать его в социальной сети, закрепив сверху страницы/группы.
3. Привлеките не менее 10 подписчиков на созданную страницу в сети.

Задание 9

Собрать статистику по странице:

- a) - количество постов в день
- b) - количество подписчиков на начало отчетного периода
- c) - количество подписчиков на конец отчетного периода
- d) - количество лайков
- e) - количество репостов
- f) - количество комментариев
- g) - количество ответов на комментарии

11.3. Методические указания для обучающихся по выполнению 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 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 лабораторной работы №1 «Организация процессов в интернет пространстве»

Цель работы: познакомиться с организацией информационных процессов в интернет пространстве

1. Составить аналитическую записку, в которой содержатся следующие пункты:
Определение и описание целевой аудитории (не менее 7 критериев).
2. Выбор социальных сетей в соответствии с целевой аудиторией для продвижения компании и обоснование этого выбора.
3. Создать стратегию продвижения компании в социальных сетях в соответствии с целевой аудиторией.

Стратегия должна включать в себя:

- цель;
- задачи для достижения каждой цели;
- концепцию;
- характеристика целевой аудитории для таргета;
- основная идея в контенте;
- рубрикатор (не менее 5 рубрик);
- стиль текста;
- дизайн и оформление;
- темы поста;
- формат поста;
- определить социальные сети для продвижения и обосновать их.

Структура и форма отчета о лабораторной работе

В текстовом файле создать отчет по описанным выше пунктам по выбранной компании.

Требования к оформлению отчета о лабораторной работе

Аналитическая справка формируется в виде документа Word с титульным листом, в соответствии с ГОСТ 7.32.

Задание и требования к проведению лабораторной работы №2 «1С:Предприятие»

Цель работы: познакомиться с работой 1С:Предприятие.

Структура и форма отчета о лабораторной работе

1С: Предприятие – совокупность различных программных инструментов, с которыми работают разработчики и пользователи. Логически всю систему делят на две части – конфигурацию и платформу, которая управляет работой конфигурации. Создать пять новых объектов конфигурации Подсистема с именами: Бухгалтерия, РасчетЗарплаты, УчетМатериалов, ОказаниеУслуг, Предприятие.

Требования к оформлению отчета о лабораторной работе

Аналитическая справка формируется в виде документа Word с титульным листом, в соответствии с ГОСТ 7.32.

Задание и требования к проведению лабораторной работы № 3 «Создание веб-сайта при помощи информационных технологий»

Цель работы: создать веб – сайт для выбранной компании.

Структура и форма отчета о лабораторной работе

1. Познакомиться с содержанием материалов для самостоятельного изучения по теме «Создание веб - сайта при помощи информационных технологий».
2. В данной лабораторной работе для создания сайта использовать веб-приложение wix шаблон для создания сайтов (<https://ru.wix.com/>).
3. Требования к сайту:
 - Разработать фирменный стиль (цвет, шрифт)
 - Наличие иллюстраций, фотографий, рисунков
 - Разработанный текст
 - Контактная информация о компании

4. Примеры: <https://vesnavruke.wixsite.com/musicwave>
<https://ivanivanovpiter9.wixsite.com/sdamege>

Требования к оформлению отчета о лабораторной работе

Аналитическая справка формируется в виде ссылки на работающей сайт в документе Word с титульным листом, в соответствии с ГОСТ 7.32.

Задание и требования к проведению лабораторной работы № 4 «SMM стратегия»

Цель работы: разработать SMM стратегию, учитывая правила ее разработки.

Структура и форма отчета о лабораторной работе

SMM стратегия должна включать в себя ответы на следующие вопросы:

Что такое SMM-технологии?

Каковы особенности использования SMM-технологий?

С помощью каких ресурсов возможно SMM-продвижение?

Определите целевую аудиторию во «Вконтакте».

Перечислите элементы организационной культуры в организациях социальной сферы: миссия, имидж, корпоративный кодекс, символы, мифы. Как это относится к продвижению в социальной сети «Вконтакте».

Таргетинговая реклама ее функции и особенности, проанализируйте сильные и слабые стороны данной технологии. Является ли она эффективной на Ваш взгляд, почему?

Определите задачи для конкретной сферы бизнеса с учетом специфики SMM.

Требования к оформлению отчета о лабораторной работе

Аналитическая справка формируется в виде документа Word с таблицей и титульным листом, в соответствии с ГОСТ 7.32.

11.4. 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, задания представлены в таблице 19.

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).

В ходе выполнения самостоятельной работы по дисциплине «Информационные технологии», обучающемуся необходимо изучить теоретический материал дисциплины в соответствии с печатными и электронными учебными изданиями и электронными образовательными ресурсами информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», представленной в таблице 8 и 9.

11.5. 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.

Текущий контроль по дисциплине «Информационные технологии» осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов и аспирантов ГУАП, обучающихся по образовательным программам высшего образования».

Требования к проведению текущего контроля успеваемости: к моменту проведения текущего контроля успеваемости в соответствии с учебным планом должно быть выполнено 2 лабораторная работа, проведен устный опрос (в обоих семестрах), 1 контрольная работа.

Методы проведения текущего контроля успеваемости: устный опрос на занятиях, выполнения 2 лабораторных работ (в обоих семестрах), 1 контрольная работа.

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

Вопросы для устного опроса:

- Информационные технологии и информационно-коммуникационные технологии
- Логическая структура информации
- Понятие системы. Свойства и структура системы. Система управления и обратная связь.
- Понятие информационной системы (ИС).
- Характеристика компонентов ИС.
- Понятие информации. Классификация информации
- Современные цифровые устройства, платформы на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
- Программное обеспечения для осуществления профессиональной деятельности
- Документация (бриф)
- CMS
- Виды маркетинговых коммуникаций применяемых в информационно-телекоммуникационной сети Интернет
- Мониторинг информационного поля конкурентов
- Современное программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

11.6. 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».
- 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».

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов и аспирантов ГУАП, обучающихся по образовательным программам высшего образования».

Требования к проведению промежуточной аттестации: к моменту проведения промежуточной аттестации, в соответствии с учебным планом должны быть выполнены все лабораторные работы, пройден устный опрос, выполнены 2 практические работы и 1 контрольная работа.

Метод проведения промежуточной аттестации: экзамен и зачет для дисциплины.

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