

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.э.н., доц.

(должность, уч. степень, звание)

Л.В. Рудакова

(инициалы, фамилия)

(подпись)

« 20 » 02 2025 г

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

доц., к.э.н., доц.

(должность, уч. степень, звание)

12.02.2025

(подпись, дата)

Л.В. Рудакова

(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 82

« 13 » 02 2025 г, протокол № 6

Заведующий кафедрой № 82

д.э.н., проф.

(уч. степень, звание)

13.02.2025

(подпись, дата)

А.С. Будагов

(инициалы, фамилия)

Заместитель директора института №8 по методической работе

доц., к.э.н., доц.

(должность, уч. степень, звание)

13.02.2025

(подпись, дата)

Л.В. Рудакова

(инициалы, фамилия)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Интернет-реклама»
(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	38.03.05
Наименование направления подготовки/ специальности	Бизнес-информатика
Наименование направленности	Управление информационными ресурсами
Форма обучения	очно-заочная
Год приема	2025

Санкт-Петербург– 2025__

Аннотация

Дисциплина «Интернет-реклама» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 38.03.05 «Бизнес-информатика» направленности «Управление информационными ресурсами». Дисциплина реализуется кафедрой «№82».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

ПК-8 «Способен обеспечивать поддержку процессов модернизации, проектирования и продвижения сайта при помощи различных технологий»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с поддержкой процессов модернизации, проектирования и продвижения сайта при помощи различных технологий.

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 экзамена.

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

Язык обучения по дисциплине «русский»

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины связаны с получением обучающимися необходимых знаний, умений и навыков в области поддержки процессов модернизации, проектирования и продвижения сайта при помощи различных технологий.

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-8 Способен обеспечивать поддержку процессов модернизации, проектирования и продвижения сайта при помощи различных технологий	ПК-8.3.1 знать основные процессы и методы разработки веб-сайтов, основные понятия и методы поисковой оптимизации ПК-8.У.1 уметь формулировать требования к структуре и сервисам веб-сайта, моделировать (описывать) бизнес-процессы ПК-8.В.1 владеть навыками формирования предложений по развитию сайта, поддерживать процессы проектирования сайта и анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания веб-сайта

2. Место дисциплины в структуре ОП

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

- «Интернет-маркетинг»,
- «Электронная коммерция»,
- «Электронный бизнес»,
- «основы создания веб-сайта»

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

- «Управление информационными ресурсами»,
- «Разработка SMM стратегии»

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,	5/ 180	5/ 180

ЗЕ/ (час)		
Из них часов практической подготовки	17	17
Аудиторные занятия, всего час.	51	51
в том числе:		
лекции (Л), (час)	34	34
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	17	17
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)	54	54
Самостоятельная работа, всего (час)	75	75
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Экз.	Экз.

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 8					
Раздел 1. Процессы модернизации, проектирования и продвижения сайта при помощи различных технологий					
Тема 1.1. Основные понятия и методы поисковой оптимизации	4	2			10
Тема 1.2 Требования к структуре и сервисам развития веб-сайта	4	2			10
Тема 1.2 Формирования предложений по развитию сайта на основе анализа требований пользователей и бизнес-требований	6	3			10
Раздел 2. Интернет-реклама: понятие, значение, особенности, преимущества и недостатки					
Тема 2.1. Рынок интернет- рекламы: правовое регулирование, риски, методы продвижения сайта	4	2			10
Тема 2.2 Категории рекламных инструментов и технологий необходимых для развития сайта	6	3			10
Раздел 3. Основы создания и распространения интернет-рекламы					
Тема 3.1. Создание рекламного-информационного продукта в Интернете	6	3			10
Тема 3.2 Эффективность интернет-рекламы	4	2			15
Итого в семестре:	34	17			75
Итого	34	17	0	0	75

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. Процессы модернизации, проектирования и продвижения сайта при помощи различных технологий Тема 1.1. Основные понятия и методы поисковой оптимизации Тема 1.2 Требования к структуре и сервисам развития веб-сайта Тема 1.2 Формирования предложений по развитию сайта на основе анализа требований пользователей и бизнес-требований
2	Раздел 2. Интернет-реклама: понятие, значение, особенности, преимущества и недостатки Тема 2.1. Рынок интернет- рекламы: правовое регулирование, риски, методы продвижения сайта Тема 2.2 Категории рекламных инструментов и технологий необходимых для развития сайта
3	Раздел 3. Основы создания и распространения интернет-рекламы Тема 3.1. Создание рекламно-информационного продукта в Интернете Тема 3.2 Эффективность интернет-рекламы

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.	Методы поисковой оптимизации	Практическая работа	2	2	1
2.	Структура и сервисы развития веб-сайта	Практическая работа	2	2	1
3.	Формирования предложений по развитию сайта на основе анализа требований пользователей и бизнес-требований	Практическая работа	3	3	1
4.	Методы	Практическая работа	2	2	2

	продвижения сайта				
5.	Рекламные инструменты и технологий необходимых для развития сайта	Практическая работа	3	3	2
6.	Создание рекламно-информационного продукта в Интернете	Практическая работа	3	3	3
7.	Оценка эффективности интернет-рекламы. КРІ	Практическая работа	2	2	3
Всего			17	17	

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. 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 8, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	50	50
Курсовое проектирование (КП, КР)	-	-
Расчетно-графические задания (РГЗ)	-	-
Выполнение реферата (Р)	15	15
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	5	5
Домашнее задание (ДЗ)	-	-
Контрольные работы заочников (КРЗ)	-	-
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	5	5
Всего:	75	75

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 экземпляро в в библиотеке (кроме электронны х экземпляро в)
	Беленькая Ю. П., Бережнов А. Ю., Новикова А. С. SMM и SEO-технологии: учебное пособие Ставрополь: СКФУ, 2017 e.lanbook.com	
	Голубкова Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов: учебник. Юрайт, 2020 https://urait.ru/bcode/450157	
	Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы [Электронный ресурс]: практическое пособие / С.Н. Бердышев. – Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. – 121 с. – Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/75200.html	
	Интернет-технологии: учеб. пособие / С.Р. Гуриков. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019. — 184 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - Режим доступа: http://znanium.com/catalog/product/995496	
	Ястребов А.П., Рудакова Л.В. Интернет – маркетинг / Ястребов А.П. – СПб: РИЦ ГУАП, 2021. – 123 с. http://lib.aanet.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=418	
	Рудакова, Л.В. Производство рекламной продукции / Л.В. Рудакова. – СПб: РИЦ ГУАП, 2020. –131 с. file:///C:/Users/Acer/Downloads/Rudakova.pdf	

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.akarussia.ru	Официальный сайт АКАР
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/	Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (в ред.2019 г.)
https://cmsmagazine.ru/journal/	CMS Magazine

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.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

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

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 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 занятий практического типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации	
3	Помещение для самостоятельной работы –	Читальный зал

	укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации	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	компьютерный класс с возможностью выхода в Интернет

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 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»	<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.
«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.

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«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 для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов для экзамена	Код индикатора
1.	Сформулируйте основные процессы разработки веб-сайтов	ПК-8.3.1
2.	Обоснуйте основные методы разработки веб-сайтов,	ПК-8.3.1
3.	Сформируйте основные понятия и методы поисковой оптимизации	ПК-8.3.1
4.	Определите требования к структуре развития веб-сайта	ПК-8.3.1
5.	Выявите основные сервисы по развития веб-сайта	ПК-8.3.1
6.	Сформируйте предложения по развитию сайта на основе анализа требований пользователей	ПК-8.3.1
7.	Сформируйте предложений по развитию сайта на основе анализа бизнес-требований	ПК-8.3.1
8.	Проведите анализ требований к структуре и сервисам конкретного веб-сайта	ПК-8.У.1
9.	Смоделируйте бизнес-процесс по развитие веб-сайта	ПК-8.У.1
10.	Проанализируйте современный рынок интернет- рекламы	ПК-8.У.1
11.	Выявите правовые нормы по регулированию интернет-рекламы	ПК-8.У.1
12.	Разработайте метод продвижения сайта	ПК-8.У.1
13.	Проанализируйте рекламных инструментов и технологий необходимых для развития сайта	ПК-8.У.1
14.	Проанализируйте риски создания интернет- рекламы	ПК-8.У.1
15.	Проведите маркировку интернет- рекламы	ПК-8.У.1
16.	Создайте рекламно-информационный продукт в Интернете	ПК-8.В.1
17.	Оцените эффективность интернет-рекламы	ПК-8.В.1
18.	Смоделируйте процесс поддержки при проектировании сайта	ПК-8.В.1
19.	Выявите недостатки существующей структуры и содержания веб-сайта	ПК-8.В.1
20.	Выявите основные KPI для интернет-рекламы	ПК-8.В.1
21.	Разработайте макет медийной рекламы	ПК-8.В.1
22.	Разработайте макет баннерной рекламы	ПК-8.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
	Учебным планом не предусмотрено	

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																				
1	<p>Прочитайте текст и выберите один правильный ответ. Обоснуйте выбор.</p> <p>К базовому методу разработки веб-сайтов относится:</p> <ol style="list-style-type: none">1. техническое задание веб-сайта2. конструктор веб-сайта3. медиплан веб-сайта4. шаблон веб-сайта <p>Обоснование:</p>	ПК-8.3.1																				
2	<p>Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.</p> <p>Выберите методы поисковой оптимизации сайта:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Внутренняя оптимизация сайта2. Внешняя оптимизация сайта3. Сторонняя оптимизация сайта4. Микрооптимизация сайта <p>Обоснование:</p>	ПК-8.3.1																				
3	<p>Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.</p> <p>В основе расчета ключевых показателей оценки эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» лежат различные показатели. Установите соответствие между показателями и их определениями.</p> <table><tr><th colspan="2">показатель</th><th colspan="2">определение</th></tr><tr><td>1</td><td>CTR</td><td>А</td><td>показатель кликабельности.</td></tr><tr><td>2</td><td>CPC</td><td>Б</td><td>стоимость клика</td></tr><tr><td>3</td><td>CPA</td><td>В</td><td>средняя сумма, потраченная на привлечение нового клиента.</td></tr><tr><td>4</td><td>CAC</td><td>Г</td><td>стоимость целевого действия</td></tr></table>	показатель		определение		1	CTR	А	показатель кликабельности.	2	CPC	Б	стоимость клика	3	CPA	В	средняя сумма, потраченная на привлечение нового клиента.	4	CAC	Г	стоимость целевого действия	ПК-8.3.1
показатель		определение																				
1	CTR	А	показатель кликабельности.																			
2	CPC	Б	стоимость клика																			
3	CPA	В	средняя сумма, потраченная на привлечение нового клиента.																			
4	CAC	Г	стоимость целевого действия																			
4	<p>Прочитайте текст и установите последовательность. Запишите соответствующую последовательность букв слева направо.</p> <p>Основной процесс разработки веб-сайта включает в себя ряд этапов,</p>	ПК-8.3.1																				

	установите их последовательность выполнения. А- Планирование сайта Б – Тестирование сайт В- Разработка архитектуры сайта Г- Дизайн сайта Д – Оптимизация сайта Ответ:													
5	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ. Раскройте понятия метода поисковой оптимизации. Ответ:	ПК-8.3.1												
6	Прочитайте текст и выберите один правильный ответ. Обоснуйте выбор. Определите, какой тип сайта позволяет реализовать конструктор сайта: 1. любой тип сайта 2. сайт-визитка 3. лендинг 4. интернет-магазин Обоснование:	ПК-8.У.1												
7	Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. В настоящее время существует много различных способов создать веб-сайт. Выберите наиболее правильные из этих способов. 1. разработка в конструкторе сайтов 2. разработка на CMS 3. самостоятельная разработка 4. разработка на CRM Обоснование:	ПК-8.У.1												
8	Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами. При разработке веб-сайта существуют различные структуры. Установите соответствие между структурами сайта и их определениями. <table><tr><th colspan="2">структура сайта</th><th colspan="2">определение</th></tr><tr><td>1</td><td>линейная</td><td>А</td><td>Состоит из нескольких уровней, которые расположены порядке — от главного к частному</td></tr><tr><td>2</td><td>линейно-разветвленная</td><td>Б</td><td>Представляет собой собой последовательную цепочку переходов, но некоторые страницы из очереди могут содержать ссылки на другие разделы</td></tr></table>	структура сайта		определение		1	линейная	А	Состоит из нескольких уровней, которые расположены порядке — от главного к частному	2	линейно-разветвленная	Б	Представляет собой собой последовательную цепочку переходов, но некоторые страницы из очереди могут содержать ссылки на другие разделы	ПК-8.У.1
структура сайта		определение												
1	линейная	А	Состоит из нескольких уровней, которые расположены порядке — от главного к частному											
2	линейно-разветвленная	Б	Представляет собой собой последовательную цепочку переходов, но некоторые страницы из очереди могут содержать ссылки на другие разделы											

	3	иерархическая	В	В ней все страницы сайта связаны друг с другом последовательно, как бы в цепочку	
	4	сетевая	Г	Соединяет все разделы между собой без строгой иерархии и похожа на сеть, состоящую из узлов и связей между ними	
	5	гибридная	Д	Объединять два и более типов структур, их комбинации могут быть любыми, в зависимости от количества и разнообразия информации	
9	<p>Прочитайте текст и установите последовательность. Запишите соответствующую последовательность букв слева направо.</p> <p>Создание структуры веб-сайта включает в себя ряд шагов, установите их последовательность выполнения.</p> <p>А- Сбор семантического ядра Б - Распределение группы запросов по категориям В - Группировка запросов по смыслу Г - Создание схемы структуры веб-сайта</p> <p>Ответ:</p>				ПК-8.У.1
10	<p>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.</p> <p>Раскройте понятия конструктора сайта.</p> <p>Ответ:</p>				ПК-8.У.1
11	<p>Прочитайте текст и выберите один правильный ответ. Обоснуйте выбор.</p> <p>На веб-сайт выходят большое количество пользователей. Какой из перечисленных показателей позволяет определить, сколько раз были показаны им рекламные информационные объявления?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Посещение 2. Показы 3. Просмотр страницы 4. Клики <p>Обоснование:</p>				ПК-8.В.1
12	<p>Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.</p> <p>Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.</p> <p>Для проведения анализа эффективности активностей посетителей сайта можно использовать различные методы. Выберите те методы, которые наиболее подходят для оценки эффективности маркетинговых активностей:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ метрик и показателей 2. Анализ поведения пользователей 3. Анализ конверсионных воронок 				ПК-8.В.1

	4. Анализ товаров конкурентов Обоснование:																					
13	<p>Прочитайте текст и установите соответствие. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами.</p> <p>В основе расчета ключевых параметров анализа сайта лежат различные показатели. Установите соответствие между показателями и их определениями.</p> <table><tr><th colspan="2">показатель</th><th colspan="2">определение</th></tr><tr><td>1</td><td>CTR</td><td>А</td><td>показатель кликабельности.</td></tr><tr><td>2</td><td>CPC</td><td>Б</td><td>стоимость клика</td></tr><tr><td>3</td><td>CPA</td><td>В</td><td>средняя сумма, потраченная на привлечение нового клиента.</td></tr><tr><td>4</td><td>CAC</td><td>Г</td><td>стоимость целевого действия</td></tr></table>	показатель		определение		1	CTR	А	показатель кликабельности.	2	CPC	Б	стоимость клика	3	CPA	В	средняя сумма, потраченная на привлечение нового клиента.	4	CAC	Г	стоимость целевого действия	ПК-8.В.1
показатель		определение																				
1	CTR	А	показатель кликабельности.																			
2	CPC	Б	стоимость клика																			
3	CPA	В	средняя сумма, потраченная на привлечение нового клиента.																			
4	CAC	Г	стоимость целевого действия																			
14	<p>Прочитайте текст и установите последовательность Запишите соответствующую последовательность букв слева направо.</p> <p>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.</p> <p>А- Поисковая оптимизация Б-Работа с социальными сетями В- Контекстная реклама Г-Баннерная реклама</p> <p>Ответ:</p>	ПК-8.В.1																				
15	<p>Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.</p> <p>Дайте определение SEO.</p> <p>Ответ:</p>	ПК-8.В.1																				

Ключи правильных ответов на тесты размещены в Приложении 1 к РПД находятся у ведущего специалиста по УМР кафедры 82 Ахметзяновой Ю.В.

Система оценивания тестовых заданий показана в таблице 18.1

Таблица 18.1 – Система оценивания тестовых заданий

№	Указания по оцениванию	Результат оценивания (баллы, полученные за выполнение \ характеристика правильности ответа)
1	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 (либо указывается «верно» \ «неверно»)
2	Задание закрытого типа на установление последовательности считается верным,	Полное совпадение с верным ответом оценивается 1 баллом, если допущены

	если правильно указана вся последовательность цифр	ошибки или ответ отсутствует – 0 баллов (либо указывается «верно»\ «неверно»)
3	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 (либо указывается «верно»\ «неверно»)
4	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 (либо указывается «верно»\ «неверно»)
5	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 (либо указывается «верно»\ «неверно»)

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.

Примерные задания для практических занятий:

1. Напишите небольшой пост, который можно было бы опубликовать на условиях рекламы в социальной сети «В контакте»? Помните о необходимости маркировки рекламы.

2. Объясните, какой вид рекламы наиболее эффективно использовать при рекламировании следующих товаров / услуг: бумажные салфетки; выбор депутата государственной думы; хлеб; антитабачная программа; программа защиты вымирающих животных. Какую социальную сеть вы выберете для этих товаров / услуг? Создайте пост для каждого товара / услуги?

3. Общество по борьбе с онкологическими заболеваниями наняло вас для разработки маркетинговой кампании призванной 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. Разработайте интернет -рекламу.

4. Разработайте инструменты рекламы и эффективное коммуникационное обращение для следующих товаров: туалетное мыло; корм для животных; автомобильные шины; кофе в зерне; книга по физике.

5. Последние маркетинговые исследования образа жизни потребителей показали позитивную тенденцию в том, что «приготовление пищи должно занимать, как можно меньше времени». Объясните, как такое отношение может повлиять на продажи через интернет - магазины следующих видов продуктов: овощные консервы; рыбные консервы; мясные полуфабрикаты.

6. Назовите несколько наименований конкретных товаров каждой из перечисленных ниже категорий: сухие завтраки; зубная паста; туалетное мыло; минеральная вода. Укажите марку товара, продажный размер, производителя, рекламную стратегию и позиционирования относительно ближайших конкурентов?

7. Приведите по 5 примеров этичной и неэтичной рекламы, встречающейся в различных социальных медиа. Как, по вашему мнению, она в целом влияет на культуру нации?

8. Целевой сегмент рынка плохо воспринимает продукция вашей компании (дорогие женские духи). Какими личными качествами должен обладать ЛОМ, рекламирующий вашу продукцию в социальных медиа? Кому бы вы предложили ее рекламировать и почему?

9. Согласно результатам, классического SMM - исследования, «волшебными словами» любого рекламного материала являются: новый; сегодня; уникальный; наконец-то; бесплатно; удивительный; прорыв; быстрый; распродажа; простой; особый; впервые. Разработайте по два синонима к каждому «волшебному слову»?

10. Новая радиостанция «Авангард» открывается в небольшом городе. Руководство не знает, как позиционировать радиостанцию на рынке. Разработайте рекламную стратегию для оптимального решения этого вопроса.

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. Обучающийся самостоятельно проводит изучения теоретического материала по рекомендуемой литературе, представленной в таблице 8.

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

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

Методическими материалами, направляющими самостоятельную работу обучающихся являются:

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

В процессе самостоятельной работы обучающиеся выполняют реферат, на основании следующих тем:

1. Интернет-реклама: понятие, специфика, роль, цели и задачи
2. Нормативно – правовая база рекламного бизнеса в Интернет
3. История развития и эволюция интернет-рекламы
4. Инструменты интернет-рекламы, их сущность и особенности
5. Основные принципы построения рекламного обращения в сети Интернет
6. Значение цвета и шрифта для рекламы в Интернете
7. Реклама в социальных медиа: требования к размещению
8. Анализ эффективности интернет-рекламы
9. Планирование и организация рекламной кампании в сети Интернет
10. Рекламные технологии Интернета
11. Рекламный баннер
12. Контекстная реклама в Интернете.
13. Рекламный видеоролик
14. Интернет-сайт как рекламный продукт
15. Создание рекламного продукта в Интернете
16. Коммерческая и социальная реклама в Интернете
17. Проблемы маркировки рекламы в Интернете
18. Современный рекламный рынок и Интернет
19. Таргетированная реклама
20. SEO-продвижение сайтов
21. Рассылки и их роль в интернет-рекламе

22. Принципы написания контекстных, развлекательных, продающих рекламных постов
 23. Медийная реклама в сети Интернет. Принципы медиапланирования
 24. Целевое продвижение сайтов
 25. Внутренняя и внешняя поисковая оптимизация сайтов
- Требования к реферату: объем 10 страниц, титульный лист, содержание, структурирование текста, список источников, ГОСТ 7.32.

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.

Текущий контроль по дисциплине 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 (8 неделя обучения) должно быть выполнено 4 практические работы, сдан реферат. Требования к проведению текущего контроля успеваемости: к моменту проведения текущего контроля успеваемости (17 неделя обучения) должно быть выполнено последующие практические работы, сдан реферат.

Методы проведения текущего контроля успеваемости: реферат, 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:

– 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».

Требования к проведению промежуточной аттестации: к моменту проведения промежуточной аттестации должны быть выполнены все практические работы, сдан реферат.

Метод проведения промежуточной аттестации: экзамен 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