

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

Кафедра № 62

УТВЕРЖДАЮ

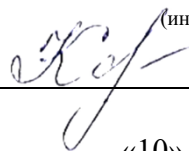
Руководитель образовательной программы

доц.,к. филос. н.

(должность, уч. степень, звание)

А.А. Карцева

(инициалы, фамилия)



(подпись)

«10» февраля 2026 г

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Диджитал технологии в рекламе и связях с общественностью»

(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	43.03.02
Наименование направления подготовки/ специальности	Туризм
Наименование направленности/ специализации	Технологии и организация туроператорских и турагентских услуг
Форма обучения	очно-заочная
Год приема	2026

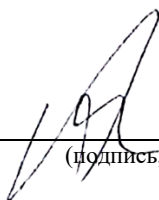
Санкт-Петербург– 2026

Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)

преподаватель

(должность, уч. степень, звание)

 09.02.2026
(подпись, дата)

А.Е. Бульченко

(инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 62

«10» февраля 2026 г, протокол № 7

Заведующий кафедрой № 62

д.э.н.,проф.

(уч. степень, звание)

 10.02.2026
(подпись, дата)

К.В. Лосев

(инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе

старший преподаватель

(должность, уч. степень, звание)

 10.02.2026
(подпись, дата)

М.Б. Капелюш

(инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Диджитал технологии в рекламе и связях с общественностью» входит в образовательную программу высшего образования – программу бакалавриата по направлению подготовки/ специальности 43.03.02 «Туризм» направленности/специализации «Технологии и организация туроператорских и турагентских услуг». Дисциплина реализуется кафедрой «№62».

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»

ПК-1 «Способен обеспечивать партнерское взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами, организовывать и управлять комплексом мероприятий по оказанию туристских услуг»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с теоретическими основами и практическими аспектами использования цифровых инструментов и платформ в маркетинговых и PR-коммуникациях туристской индустрии. В рамках дисциплины рассматриваются современные подходы к продвижению туристских продуктов и услуг в цифровой среде, включая управление контентом, взаимодействие с целевой аудиторией в социальных медиа, использование аналитических систем для оценки эффективности рекламных кампаний, а также технологии формирования и управления репутацией туристских предприятий в онлайн-пространстве. Особое внимание уделяется интеграции диджитал-технологий в процессы организации туроператорских и турагентских услуг, повышению качества обслуживания клиентов и построению долгосрочных партнерских отношений с заинтересованными сторонами на основе цифровых коммуникаций.

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 (5 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цели преподавания дисциплины являются формирование у обучающихся теоретических знаний и практических навыков применения цифровых технологий в рекламе и связях с общественностью для продвижения туристских продуктов и услуг; развитие способности к критическому анализу, синтезу и системному использованию информации из цифровых источников; освоение современных инструментов взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами, управления репутацией и оценки эффективности коммуникаций для организации комплекса туристских услуг; подготовка к самостоятельной профессиональной деятельности в условиях цифровой трансформации туристской индустрии.

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
Универсальные компетенции	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.3.1 знать методики поиска, сбора и обработки информации, в том числе с использованием информационных технологий, включая интеллектуальные
Профессиональные компетенции	ПК-1 Способен обеспечивать партнерское взаимодействие с потребителями и заинтересованными сторонами, организовывать и управлять комплексом мероприятий по оказанию туристских услуг	ПК-1.3.1 знать современные технологии взаимодействия с потребителями и заинтересованными сторонами, а также документы по обеспечению качества организации досуга и событий в сфере туристских услуг ПК-1.У.1 уметь выстраивать отношения с потребителями и заинтересованными сторонами; самостоятельно разрабатывать внутренние нормативные документы по обеспечению качества и стандартизации услуг туристской индустрии; пользоваться способами формирования базы данных по туристским продуктам и услугам

2. Место дисциплины в структуре ОП

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

- Социальная психология,
- Русский язык и культура речи,
- Основы проектной деятельности,
- Интернет-маркетинг,

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

- Деловые коммуникации,
- Организация связей с общественностью,
- Современные технологии организации досуга и массовых мероприятий.

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
		№5
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	4/ 144	4/ 144
Из них часов практической подготовки	9	9
Аудиторные занятия, всего час.	34	34
в том числе:		
лекции (Л), (час)	17	17
практические/семинарские занятия (ПЗ), (час)	17	17
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)	36	36
Самостоятельная работа, всего (час)	74	74
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.)	Экз.,	Экз.,

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

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

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП/КР (час)	СР (час)
Семестр 5					
Раздел 1. Цифровая среда в туризме: основы и тренды					
Тема 1.1. Введение в диджитал-технологии в рекламе и связях с общественностью	4	4	-	-	18
Тема 1.2. Современные цифровые платформы и каналы коммуникации в туризме					
Раздел 2. Инструменты продвижения туристских услуг в интернете					
Тема 2.1. Контент-маркетинг и SMM в туризме	5	5	-	-	20
Тема 2.2. Контекстная и таргетированная реклама, SEO-оптимизация					

Раздел 3. Управление репутацией и PR-коммуникации в цифровой среде Тема 3.1. Мониторинг и управление онлайн-репутацией туристских предприятий Тема 3.2. Организация PR-кампаний в цифровой среде	4	4	-	-	18
Раздел 4. Аналитика и оценка эффективности диджитал-коммуникаций Тема 4.1. Инструменты веб-аналитики и оценка эффективности рекламных кампаний Тема 4.2. Принятие решений на основе данных и оптимизация коммуникаций	4	4	-	-	18
Итого в семестре:	17	17			74
Итого	17	17	0	0	74

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. Цифровая среда в туризме: основы и тренды Тема 1.1. Введение в диджитал-технологии в рекламе и связях с общественностью. <i>Содержание:</i> Понятие и классификация цифровых технологий. Роль диджитал-коммуникаций в современной туристской индустрии. Основные тренды: персонализация, омниканальность, искусственный интеллект, Big Data. Влияние цифровизации на поведение потребителей туристских услуг. Тема 1.2. Современные цифровые платформы и каналы коммуникации в туризме. <i>Содержание:</i> Обзор цифровых каналов: веб-сайты, социальные сети, мессенджеры, онлайн-тревел-агентства (OTA), системы бронирования, мобильные приложения. Особенности каждого канала для продвижения туристских продуктов. Интеграция каналов в единую коммуникационную стратегию.
2	Раздел 2. Инструменты продвижения туристских услуг в интернете Тема 2.1. Контент-маркетинг и SMM в туризме. <i>Содержание:</i> Стратегии контент-маркетинга для туристских брендов. Типы контента: текстовый, визуальный, видео, интерактивный. Принципы работы в социальных сетях. Создание вовлекающего контента, работа с блогерами и лидерами мнений. Тема 2.2. Контекстная и таргетированная реклама, SEO-оптимизация. <i>Содержание:</i> Основы контекстной рекламы (Яндекс.Директ, Google Ads). Таргетинг и ретаргетинг в социальных сетях. SEO-оптимизация сайтов туристских предприятий: ключевые слова,

	метатеги, внутренняя и внешняя оптимизация. Инструменты аналитики для настройки рекламных кампаний.
3	Раздел 3. Управление репутацией и PR-коммуникации в цифровой среде Тема 3.1. Мониторинг и управление онлайн-репутацией туристских предприятий. <i>Содержание:</i> Понятие репутационного менеджмента. Инструменты мониторинга упоминаний. Работа с отзывами и рейтингами на туристских платформах. Кризисные коммуникации в интернете. Тема 3.2. Организация PR-кампаний в цифровой среде. <i>Содержание:</i> Цифровые PR-инструменты: онлайн-пресс-релизы, виртуальные туры, вебинары, пресс-конференции в формате онлайн. Специфика PR-мероприятий для туристской отрасли. Оценка эффективности PR-кампаний через медиаметрики.
4	Раздел 4. Аналитика и оценка эффективности диджитал-коммуникаций Тема 4.1. Инструменты веб-аналитики и оценка эффективности рекламных кампаний. <i>Содержание:</i> Ключевые показатели эффективности (KPI) цифровых кампаний: охват, вовлечённость, конверсия, ROI, CAC, LTV. Использование Яндекс.Метрики и Google Analytics для анализа поведения пользователей на сайте туристского предприятия. Настройка целей и воронок продаж. Тема 4.2. Принятие решений на основе данных и оптимизация коммуникаций. <i>Содержание:</i> Применение А/В-тестирования, сегментации аудитории и прогнозной аналитики. Использование дашбордов для визуализации результатов. Выработка рекомендаций по корректировке стратегии продвижения на основе данных.

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 5					
1	Анализ цифровых трендов в туристской индустрии	Групповая дискуссия с элементами мозгового штурма	2	1	1
2	Сравнительный анализ цифровых платформ и каналов коммуникации	Работа в малых группах с кейсами	2	1	1
3	Разработка контент-плана для туристской	Практическое занятие – создание контент-стратегии	2	1	2

	компаний в социальных сетях.				
4	Настройка таргетированной и контекстной рекламы	Составление рекламного объявления, выбор аудитории, расчёт бюджета.	3	2	2
5	Мониторинг онлайн-репутации и работа с отзывами	Ролевая игра «Кризисные коммуникации».	2	1	3
6	Разработка цифровой PR-кампании	Деловая игра	2	1	3
7	Оценка эффективности рекламной кампании с помощью веб-аналитики	Решение ситуационных задач	2	1	4
8	Принятие управленческих решений на основе цифровых данных	Кейс-стади: по результатам аналитики предлагаются корректирующие мероприятия для повышения эффективности коммуникаций.	2	1	4
Всего			17	9	

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

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

4.5. Выполнение курсового проекта/ курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 5, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	54	54
Курсовое проектирование (КП, КР)	-	-
Расчетно-графические задания (РГЗ)	-	-
Выполнение реферата (Р)	-	-
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	10	10
Домашнее задание (ДЗ)	-	-
Контрольные работы заочников (КРЗ)	-	-
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	10	10
Всего:	74	74

5. Перечень учебно-методического обеспечения

для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

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

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий

Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.

Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
URL: https://znanium.com/catalog/product/1244177	Управление бизнесом в цифровой экономике: вызовы и решения : монография / под ред. И. А. Аренкова, Т. А. Лезиной, М. К. Ценжарик, Е. Г. Черновой. - Санкт-Петербург : СПбГУ, 2019. - 360 с. - ISBN 978-5-288-05966-7.	
URL: https://znanium.com/catalog/product/1221848	Стейплс, Т. Прорваться сквозь шум: как привлечь всеобщее внимание в сети : научно-популярное издание / Т. Стейплс, Д. Янг. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 256 с. - ISBN 978-5-9614-3004-2.	

URL: https://znanium.com/catalog/product/1813186	Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации : учебное пособие / В. П. Тихомиров, Н. В. Тихомирова, Л. А. Данченко [и др.] ; под ред. Л. А. Данченко. - Санкт-Петербург : Питер, 2013. - 288 с. - ISBN 978-5-496-00011-6.	
URL: https://znanium.com/catalog/product/1817673	Банкин, А. Контент-маркетинг для роста продаж : практическое руководство / А. Банкин. - Санкт-Петербург : Питер, 2019. - 272 с. - (Маркетинг для профессионалов). - ISBN 978-5-4461-1075-9.	
URL: https://znanium.com/catalog/product/935545	Пономарева, А. М. Коммуникационный маркетинг: креативные средства и инструменты: Учебное пособие / Пономарева А.М. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 247 с. (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-369-01531-5.	
URL: https://znanium.com/catalog/product/1241353	Медиасистема России : учебник / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, А. В. Вырковский [и др.] ; под ред. Е.Л. Вартановой. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство «Аспект Пресс», 2021. - 424 с. - ISBN 978-5-7567-1103-5.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2133542	Евстафьев, В. А. Искусственный интеллект и нейросети: практика применения в рекламе : учебное пособие / В. А.	

	Евстафьев, М. А. Тюков. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 426 с. - ISBN 978-5-394-05703-8.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2141346	Шевченко, Д. А. Цифровой маркетинг : учебник / Д. А. Шевченко. - Москва : Директ-Медиа, 2022. - 185 с. - ISBN 978-5-4499-3059-0.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2234130	Гамидуллаева, Л. А. Цифровой маркетинг : учебник / Л.А. Гамидуллаева, С.В. Зинченко, Е.М. Бижанова. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 281 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/2234130. - ISBN 978-5-16-021675-1.	
URL: https://znanium.ru/catalog/product/2254532 – Режим доступа: по подписке.	Абабков, Ю. Н. Реклама в туризме : учебник / Ю.Н. Абабков, М.Ю. Абабкова, И.Г. Филиппова ; под науч. ред. проф. Е.И. Богданова. — Москва : ИНФРА-М, 2026. — 170 с.	

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

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

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

URL адрес	Наименование
https://pro.guap.ru/	<i>Элементы электронного курса по дисциплине размещены <u>внутри</u> ЭИОС ГУАП «Интегрированная среда обучения»</i>

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

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

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
Электронные библиотечные ресурсы и системы	
1	Электронный каталог библиотеки ГУАП с доступом к базе полнотекстовых изданий (https://lib.guap.ru.), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП
2	Научная электронная библиотека «eLIBRARY» (https://elibrary.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
3	ЭБС «Лань» (https://e.lanbook.com/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
4	ЭБС Znanium (https://znanium.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
5	Образовательная платформа «Юрайт» (https://urait.ru/), доступ через личный кабинет читателя библиотеки ГУАП, а также по IP -адресам ГУАП
6	Научная электронная библиотека «КиберЛенинка» (https://cyberleninka.ru/), свободный доступ
Информационные и справочно-правовые системы	
1	"Консультант Плюс" (www.consultant.ru) сетевая версия для образовательных организаций, доступ по IP -адресам ГУАП

9. Материально-техническая база

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

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитория для занятий лекционного типа, для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации - Мультимедийная	

	лекционная аудитория: Специализированная мебель; технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории; набор демонстрационного оборудования. Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	
2	Учебная аудитория для занятий семинарского типа (в том числе практических занятий), для групповых и индивидуальных консультаций, для текущего контроля и промежуточной аттестации, помещение для воспитательной работы. Укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации. Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	
3	Библиотека, Интернет-класс ГУАП (для самостоятельной работы). Помещения укомплектованы специализированной мебелью, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет». Обеспечен доступ в электронную информационно-образовательную среду ГУАП по локальной вычислительной сети или точке доступа WiFi.	

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»	Обучающийся: – глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно связывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 90% до 100% тестовых заданий**.

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«хорошо» «зачтено»	Обучающийся: – твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 70% до 89% тестовых заданий**.
«удовлетворительно» «зачтено»	– обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий. – правильно выполнил от 51% до 69% тестовых заданий**.
«неудовлетворительно» «не зачтено»	– обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений. – правильно выполнил менее 51% тестовых заданий**.

Примечание: ** по решению кафедры процент правильно выполненных тестовых заданий может быть изменен.

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.	Определение понятий «коммуникация», «цифровая коммуникация».	ПК-1.3.1
2.	Что понимают под интерактивной коммуникацией.	ПК-1.3.1
3.	Digital-устройства, используемые в рекламной коммуникации.	ПК-1.3.1
4.	Функции и особенности рекламной коммуникации посредством digital-устройств.	ПК-1.3.1
5.	Технологические возможности мобильной связи для рекламной коммуникации.	ПК-1.3.1
6.	Способы осуществления рекламной коммуникации посредством компьютерных игр.	ПК-1.3.1
7.	Интегрированное использование digital-коммуникаций.	ПК-1.3.1
8.	Основные виды электронных документов. Тенденции развития.	ПК-1.3.1
9.	Электронные информационные продукты и услуги.	ПК-1.3.1
10.	Особенности коммуникаций через Интернет. Аудитория сети Интернет.	ПК-1.3.1

11.	Digital-коммуникация посредством конференций, форумов, чатов.	ПК-1.3.1
12.	Уникальные возможности сети Интернет для рекламной деятельности.	ПК-1.3.1
13.	Понятие сайта. Виды и функции рекламно-информационных сайтов.	ПК-1.3.1
14.	Использование медийной, контекстной и поисковой рекламы в сети Интернет.	ПК-1.3.1
15.	Целевая аудитория сайта. Формирование аудитории сайтов.	ПК-1.У.1
16.	Этапы создания рекламно-информационного сайта.	ПК-1.У.1
17.	Способы продвижения веб-сайта.	ПК-1.У.1
18.	Поисковая оптимизация веб-сайта.	ПК-1.У.1
19.	Деятельность SEO-специалиста.	ПК-1.3.1
20.	Баннерная реклама в сети Интернет. Понятие Интернет-баннера. Виды баннеров.	ПК-1.3.1
21.	Размещение рекламных баннеров в сети Интернет. Баннерообменные сети. Таргетинг.	ПК-1.У.1
22.	Анализ эффективности цифровых коммуникаций. Критерии эффективности.	УК-1.3.1
23.	Веб-аналитика для рекламы: назначение, возможности.	УК-1.3.1
24.	Российские и мировые системы веб-аналитики	УК-1.3.1
25.	Мониторинг источников информации в интернете.	УК-1.3.1
26.	Понятие и назначение SMM-деятельности.	ПК-1.3.1
27.	Технология RSS.	ПК-1.3.1
28.	RSS-ридеры. RSS-поток.	ПК-1.3.1
29.	Интернет-службы распространения пресс-релизов.	ПК-1.3.1
30.	Тенденции развития диджитал-коммуникаций.	ПК-1.3.1

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 выполнения курсового проекта/ курсовой работы представлены в таблице 17.

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

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

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

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
1.	1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Какое преимущество digital-рекламы по сравнению с	УК-1.3.1 ПК-1.3.1 ПК-1.У.1

	традиционной? A) Меньшая стоимость B) Более таргетированное размещение C) Отсутствие необходимости в креативе D) Ограниченный доступ к аналитике 2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Какие из следующих инструментов могут использоваться для анализа данных в digital-рекламе? A) Google Analytics B) CRM-системы C) Пресс-релизы D) Социальные медиа-аналитики 3. Прочитайте текст и сопоставьте термины с их определениями. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам ABC. <table><tr><th>Технология</th><th>Описание</th></tr><tr><td>A) Социальные медиа</td><td>1) Платформа для запуска и управления рекламными объявлениями.</td></tr><tr><td>B) SEO</td><td>2) Используется для измерения эффективности рекламы и взаимодействия.</td></tr><tr><td>C) CRM-системы</td><td>3) Помогает улучшить видимость в поисковых системах.</td></tr><tr><td>D) рекламные платформы</td><td>4) Система для управления отношениями с клиентами.</td></tr></table> 4. Прочитайте текст и установите последовательность этапов запуска digital-рекламной кампании. Запишите соответствующую последовательность цифр. 1. Анализ целевой аудитории 2. Определение целей кампании 3. Создание контента 4. Запуск рекламной кампании 5. Оценка результатов кампании 5. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ. Какие типы digital-рекламы наиболее распространены?	Технология	Описание	A) Социальные медиа	1) Платформа для запуска и управления рекламными объявлениями.	B) SEO	2) Используется для измерения эффективности рекламы и взаимодействия.	C) CRM-системы	3) Помогает улучшить видимость в поисковых системах.	D) рекламные платформы	4) Система для управления отношениями с клиентами.	
Технология	Описание											
A) Социальные медиа	1) Платформа для запуска и управления рекламными объявлениями.											
B) SEO	2) Используется для измерения эффективности рекламы и взаимодействия.											
C) CRM-системы	3) Помогает улучшить видимость в поисковых системах.											
D) рекламные платформы	4) Система для управления отношениями с клиентами.											
2.	1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Какой инструмент используется для анализа эффективности рекламной кампании в digital-среде? A) Google Analytics B) Цветовой круг C) Печатные отчеты D) Опросы в печатных изданиях	УК-1.3.1 ПК-1.3.1 ПК-1.У.1										

	2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Какие технологии могут быть использованы для адаптации контента в digital-маркетинге? А) Искусственный интеллект В) Машинное обучение С) Облачные технологии D) Нанотехнологии 3. Прочитайте текст и сопоставьте тип контента с его целью. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию в правом столбце. Запишите ответ как последовательность цифр, соответствующих буквам ABC. <table><tr><th>Тип контента</th><th>Цель</th></tr><tr><td>А) Видеоролики</td><td>1) Увеличение охвата и вовлеченности.</td></tr><tr><td>В) Блоги</td><td>2) Информирование и образование аудитории.</td></tr><tr><td>С) Инфографика</td><td>3) Упрощение восприятия сложной информации.</td></tr><tr><td>D) Пресс-релизы</td><td>4) Оповещение о новостях и событиях компании.</td></tr></table> 4. Прочитайте текст и установите последовательность шагов в процессе SEO-оптимизации. Запишите соответствующую последовательность цифр. 1. Проверка и анализ текущих результатов 2. Исследование ключевых слов 3. Оптимизация контента на сайте 4. Создание обратных ссылок 5. Мониторинг позиций в поисковых системах 5. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ. Что такое SEO и почему он важен для digital-маркетинга?	Тип контента	Цель	А) Видеоролики	1) Увеличение охвата и вовлеченности.	В) Блоги	2) Информирование и образование аудитории.	С) Инфографика	3) Упрощение восприятия сложной информации.	D) Пресс-релизы	4) Оповещение о новостях и событиях компании.	
Тип контента	Цель											
А) Видеоролики	1) Увеличение охвата и вовлеченности.											
В) Блоги	2) Информирование и образование аудитории.											
С) Инфографика	3) Упрощение восприятия сложной информации.											
D) Пресс-релизы	4) Оповещение о новостях и событиях компании.											
3.	1. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа. Какая из следующих стратегий относится к контентному маркетингу? А) Запуск платной рекламной кампании В) Создание блога с полезными статьями С) Использование SMS-рассылок D) Прямые продажи по телефону 2. Прочитайте текст, выберите правильные варианты ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов. Какие из перечисленных стратегий относятся к SMM (Social Media Marketing)? А) Ведение страниц в социальных сетях В) Создание вирусного контента С) Email-рассылки D) Организация конкурсов и розыгрышей	УК-1.3.1 ПК-1.3.1 ПК-1.У.1										

	3. Прочитайте текст и установите последовательность действий при работе с социальными медиа. Запишите соответствующую последовательность цифр. 1. Разработка контент-плана 2. Создание и публикация постов 3. Анализ вовлеченности и откликов 4. Определение целевой аудитории 5. Корректировка стратегии на основе анализа 4. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ. Каковы основные особенности контентного маркетинга?	
--	---	--

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:

предварительное ознакомление с темой лекции по рабочей программе и рекомендуемой литературе для формирования общего представления о круге рассматриваемых вопросов;

ведение конспекта в ходе лекции с фиксацией ключевых определений, классификаций, алгоритмов и примеров, а также выделение опорных положений, выносимых преподавателем на доску или слайды;

активное участие в интерактивных элементах лекции (управляемые дискуссии, мозговой штурм, разбор кейсов), фиксация собственных вопросов и замечаний для последующего обсуждения;

самостоятельная работа с лекционным материалом после занятия: дополнение конспекта на основе рекомендованных источников, сопоставление различных точек зрения, систематизация информации в виде таблиц, схем или ментальных карт;

подготовка к следующему занятию через повторение терминологического аппарата и контрольных вопросов, вынесенных преподавателем в конце каждой лекции;

использование электронных образовательных ресурсов (презентаций, видеозаписей лекций, дополнительных материалов) в интегрированной среде обучения ГУАП для углублённого изучения тем, вызвавших затруднения.

11.2. Методические указания для обучающихся по участию в семинарах

Основной целью для обучающегося является систематизация и обобщение знаний по изучаемой теме, разделу, формирование умения работать с дополнительными источниками информации, сопоставлять и сравнивать точки зрения, конспектировать прочитанное, высказывать свою точку зрения и т.п. В соответствии с ведущей дидактической целью содержанием семинарских занятий являются узловые, наиболее трудные для понимания и усвоения темы, разделы дисциплины. Спецификой данной формы занятий является совместная работа преподавателя и обучающегося над решением поставленной проблемы, а поиск верного ответа строится на основе чередования индивидуальной и коллективной деятельности.

При подготовке к семинарскому занятию по теме лекции необходимо ознакомиться с планом его проведения, с литературой и научными публикациями по теме семинара.

Требования к проведению семинаров

Подготовка к семинарскому занятию включает два этапа. На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает: уяснение задания на самостоятельную работу; подбор рекомендованной литературы; составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки. Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе. Второй этап включает непосредственную подготовку к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. Следует подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар, продумать примеры с целью обеспечения тесной связи изучаемой теории с реальной жизнью.

Готовясь к докладу или реферативному сообщению, можно обращаться за методической помощью к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

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

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

Планируемые результаты при освоении обучающимися практических занятий:

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

Требования к проведению практических занятий

Практические занятия выполняются в нескольких форматах, а именно проведение групповой дискуссии, кейса и деловой игры.

Деловая игра позволяет симитировать рабочий процесс, провести его моделирование. Студенты получают задание от преподавателя и должны постараться создать упрощенное воспроизведение реальной производственной ситуации в области маркетинга на определенную тематику. Перед студентами деловой игры ставятся задачи.

Применение деловых игр позволяет отработать профессиональные навыки студентов и дает возможность оценить:

- уровень владения этими навыками;
- особенности мыслительных процессов (стратегическое, тактическое, аналитическое мышление, умение прогнозировать ситуацию, умение принимать решения и пр.);
- уровень коммуникативных навыков;
- личностные качества участников.

Групповая дискуссия позволяет создать совместное обсуждение какого-либо спорного вопроса на заданную тематику, позволяющее прояснить (возможно, изменить) мнения, позиции и установки участников группы в процессе непосредственного общения.

Применение кейсов означает применение деловой игры в миниатюре, поскольку это сочетает в себе профессиональную деятельность с игровой. Сущность проведения данного практического занятия в таком формате состоит в том, что учебный материал подается обучаемым в виде микро-проблем, а знания приобретаются в результате их активной исследовательской и творческой деятельности по разработке решений.

11.4. Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных работ.

Учебным планом не предусмотрено.

11.5. Методические указания для обучающихся по выполнению курсового проекта/ курсовой работы.

Учебным планом не предусмотрено.

11.6. Методические указания для обучающихся по прохождению самостоятельной работы

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

В процессе выполнения самостоятельной работы у обучающегося формируется целесообразное планирование рабочего времени, которое позволяет ему 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;

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом вовремя, свободное от обязательных учебных занятий. Самостоятельная работа студента над усвоением учебного материала по учебной дисциплине может выполняться в библиотеке университета, учебных кабинетах, компьютерных классах, а также в домашних условиях. Содержание самостоятельной работы студента определяется заданиями и указаниями преподавателя. Можно дополнить список использованной литературы современными источниками, не представленными в списке рекомендованной литературы.

11.7. 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 включает в себя:

- контроль посещаемости;
- устный опрос по практическим работам.

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

Для проведения текущего контроля успеваемости перед каждым практическим занятием выделяется до 10 минут на опрос. Результаты текущего контроля успеваемости учитываются при проведении промежуточной аттестации.

11.8. 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». Экзамен по дисциплине проводится в устной форме. Вопросы к экзамену представлены в таблице 15 данной РПД.

К промежуточной аттестации допускаются обучающиеся, которые прошли текущий контроль успеваемости, выполнили и защитили все практические работы.

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

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