

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И СИСТЕМ

Рабочая программа дисциплины (модуля)
МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

Направление и направленность (профиль)
54.03.01 Дизайн. Цифровой дизайн

Год набора на ОПОП
2024

Форма обучения
очная

Владивосток 2024

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Методы и технологии продвижения информационных ресурсов» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (утв. приказом Минобрнауки России от 13.08.2020г. №1015) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

*Можаровский И.С., доцент, Кафедра информационных технологий и систем,
Mozharovskiy.Igor@vvsu.ru*

Утверждена на заседании кафедры информационных технологий и систем от 29.05.2024 , протокол № 9

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Кийкова Е.В.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ	
Сертификат	1575633692
Номер транзакции	000000000D041A0
Владелец	Кийкова Е.В.

1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью освоения дисциплины «Методы и технологии продвижения информационных ресурсов» является:

1. формирование у студентов представления о базовых понятиях и функциях PR-продвижения в сфере Интернет-маркетинга;
2. приобретение студентами умения правильно выбирать стратегию продвижения в Интернете и корректировать ее в процессе выполнения;
3. изучение инструментов продвижения в Интернете, рассмотрение особенностей информационного и устроительного PR в сфере информационных технологий на современном этапе развития Интернета;
4. приобретение студентами практических навыков проведения маркетинговых исследований в Интернете и продвижения веб-ресурсов, включая взаимодействие с популярными сервисами.

Задачи освоения дисциплины соответствуют основным целям образовательной программы бакалавра:

1. развитие у студентов личностных качеств, а также формирование компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки;
2. подготовка в области основ гуманитарных, социальных, экономических, математических и естественнонаучных знаний, получение высшего профессионального образования, позволяющего выпускнику успешно проводить ориентированные на производство разработки и научные исследования, направленные на развитие и применение информационных технологий.

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
54.03.01 «Дизайн» (Б-ДЗ)	ПКВ-2 : Способен проектировать цифровые коммуникационные системы, веб-страницы, интернет сервисы и стратегии их продвижения с применением современных интернет технологий и программного обеспечения и осуществлять контроль соответствия пользовательского интерфейса бизнес цели и задачам пользователя, в т.ч. проводить	ПКВ-2.6к : Выполняет экспертную оценку стратегии продвижения информационных ресурсов в соответствии с их особенностями и бизнес целями	РД1	Знание	информационно-коммуникационных технологий, применяемых для решения стандартных задач профессиональной деятельности
			РД2	Знание	рынков программно-информационных продуктов и услуг
			РД3	Знание	общих методов использования технологий разработки объектов профессиональной деятельности в условиях экономики информационного общества
			РД4	Умение	использовать технологии разработки объектов профессиональной деятельности и продвижения информационных ресурсов

	юзабилити-исследования		РД5	Навык	работы с методами разработки системы метрик для оценки эффективности процессов управления ИТ-инфраструктуры
--	------------------------	--	-----	-------	---

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Отнесение дисциплины к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, определяется спецификой и миссией университета, а также особенностями взаимодействия университета с рынком труда и региональными требованиями, выраженными в результатах образования и компетенциях.

3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо-емкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
					Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
54.03.01 Дизайн	ОФО	Б1.В	5	3	55	18	36	0	1	0	53	ДЗ

4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код результата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Введение в маркетинг Понятие и функции PR-продвижения. Интернет-маркетинг	РД1, РД2, РД3, РД4, РД5	2	7	0	10	отчет по практической работе
2	2 Поиск информации в Интернете. Общая архитектура поисковых систем. Классические модели поиска. Машинное обучение в информационном поиске. История поисковых систем	РД1, РД2, РД3, РД4, РД5	4	7	0	10	отчет по практической работе

3	SEO: оптимизация сайта в поисковых системах. Технические аспекты продвижения сайтов. Запрещенные методы продвижения	РД1, РД2, РД3, РД4, РД5	4	7	0	11	отчет по практической работе
4	Контекстная реклама. Баннерная реклама. E-mail Маркетинг. Продвижение в социальных сервисах	РД1, РД2, РД3, РД4, РД5	4	7	0	11	отчет по практической работе
5	Веб-аналитика	РД1, РД2, РД3, РД4, РД5	4	8	0	11	отчет по практической работе
Итого по таблице			18	36	0	53	

4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

Тема 1 Введение в маркетинг Понятие и функции PR-продвижения. Интернет-маркетинг.

Содержание темы: Определение маркетинга, традиционный подход. Концепции маркетинга. Маркетинговые войны. Современный PR. Зарождение PR-продвижения. Маркетинговые коммуникации. Определение Интернет-маркетинга, отличия Интернет-маркетинга от традиционного. Особенности аудитории в Интернет. Обзор методов продвижения в Интернете. Основные инструменты Интернет-маркетинга. AIDA-S, SWOT-анализ.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практическое занятие.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: отчет по практической работе, подготовка к промежуточной аттестации.

Тема 2 Поиск информации в Интернете. Общая архитектура поисковых систем. Классические модели поиска. Машинное обучение в информационном поиске. История поисковых систем.

Содержание темы: Источники информации. Навигационные ресурсы. Расширенные возможности поисковых систем. Язык запросов. Поисковые роботы, индекс, индексация, интерфейс предоставления результатов. Фильтрация по кворуму, ранжирование, фильтрация результатов. Восприятие информации и его особенности. Общая характеристика процессов и способы сбора, передачи, обработки и хранения информации. Текстовое ранжирование. Булева, векторная, вероятностная и языковая модели. Формулы Okapi BM25, Okapi BM25F. Нетекстовые признаки релевантности. Показатели авторитетности. Примеры расчёта PageRank в зависимости от структуры сайта (древовидная, кольцевидная, обширное связывание). Основные понятия. Методы получения обучающих данных. Технология Матрикснет поисковой системы Яндекс. История поисковых систем с начала их возникновения до настоящего времени. Архитектура поиска и история развития наиболее популярных в российском сегменте поиска на настоящий момент поисковых систем Яндекс и Google. Основные понятия. Методы получения обучающих данных. Технология Матрикснет поисковой системы Яндекс.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практическое занятие.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка отчета по практической работе, подготовка к промежуточной аттестации.

Тема 3 SEO: оптимизация сайта в поисковых системах. Технические аспекты продвижения сайтов. Запрещенные методы продвижения.

Содержание темы: Обзор методов и технологий. Внутренние, внешние, поведенческие факторы. Составление семантического ядра. Контент-анализ. Технические аспекты

продвижения: индексация, зеркала сайта, карты сайта, доступность сайта. Работа над внутренними факторами. Технический аудит сайта, исправление ошибок кода. SEO-аудит сайта. Модификация заголовков, контента, навигации сайта. Работа над внешними факторами. Ссылочный профиль сайта. Источники внешних ссылок и способы их получения. Работа над поведенческими факторами. Улучшение представления сайта в результатах поиска. Запрещённые методы продвижения. Поисковый спам. Санкции поисковых систем Google и Яндекс: описание, симптомы. Оценка эффективности продвижения в поисковых системах. Основные понятия. Методы получения обучающих данных. Технология Матрикснет поисковой системы Яндекс. Обзор способов продвижения сайта. Запрещенные методы продвижения.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практическое занятие.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка отчета по практической работе, подготовка к промежуточной аттестации.

Тема 4 Контекстная реклама. Баннерная реклама. E-mail Маркетинг. Продвижение в социальных сервисах.

Содержание темы: Обзор систем контекстной рекламы. Краткая история контекстной рекламы. Подготовка сайта к рекламной кампании. Запуск и ведение контекстной рекламы. Принципы создания баннеров. Показ баннерных объявлений. Получение базы подписчиков. Составление писем. Социальные сети, сервисы вопросов-ответов, форумы, блоги. Краткая история социальных сетей. Продвижение в социальных сетях: контекстная реклама и продвижение сообщества. Вирусный маркетинг. Управление репутацией в Интернете. Работа с отзывами, SERM.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практическое занятие.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка отчета по практической работе, подготовка к промежуточной аттестации.

Тема 5 Веб-аналитика.

Содержание темы: Цели и задачи веб-аналитики. Краткая история веб-аналитики. Технология Trinity. Обзор качественных и количественных показателей. Системы сбора статистики: веб-журналы, веб-маяки, счетчики JavaScript, анализаторы пакетов. Построение отчетов, статистическая значимость результатов. Обзор систем веб-аналитики на примере Яндекс. Метрики и Google Analytics. Проведение экспериментов. Оценка эффективности SEO и рекламных кампаний.

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: лекция, практическое занятие.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка отчета по практической работе, подготовка к промежуточной аттестации.

5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)

5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы

В ходе изучения дисциплины «Методы и технологии продвижения информационных ресурсов» студенты могут посещать аудиторные занятия (лекции, практические занятия, консультации). Особенность изучения дисциплины «Методы и технологии продвижения информационных ресурсов» состоит в выполнении практических работ, главной задачей которых является получение навыков продвижения веб-ресурсов в Интернете.

В соответствии с учебным планом направления подготовки обучение дисциплине состоит из лекционных и практических занятий. На лекционных занятиях предлагается базовый теоретический материал дисциплины, разбираются концептуальные вопросы. Лекции проводятся в интерактивной форме, включают обсуждение изученного материала, ответы на вопросы студентов, дискуссии, разбор примеров. При подаче материала преподаватель обращается к практическому опыту студентов для иллюстрирования материала.

Во вводной части первой лекции преподаватель излагает студентам цель освоения дисциплины, краткий план, требования к прохождению дисциплины, требования для получения положительной оценки по дисциплине. Далее в лекциях детально объясняются методы продвижения веб-ресурсов с обоснованием их применимости, при необходимости рассказываются дополнительные сведения о предметной области (такие как исторические справки, примеры успешных реализаций и подобные). Кроме методов, используемых в настоящее время, освещаются методы, ранее эффективно применяемые на практике, с целью сформировать у студента глубокое понимание сферы Интернет-маркетинга.

На практических занятиях студенты осваивают и закрепляют теоретический материал, изучают специализированные программные сервисы, применяют полученные знания при выполнении заданий с использованием вычислительных устройств. Практические занятия предполагают коллективную работу подгрупп студентов по сквозным проектам.

В ходе изучения дисциплины студенты осуществляют создание и ведение сквозных проектов (блог на платформе «Яндекс Дзен» в подгруппах по 3-4 человека) на базе которых выполняются практические работы, осуществляется осваивание и закрепление изучаемого материала.

В рамках самостоятельной работы студенты осуществляют контентное наполнение сквозных проектов, закрепляют знания и навыки по пройденным темам, выполняют подготовку к практическим занятиям, текущему и промежуточному контролю.

5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

7.1 Основная литература

1. Диденко Н. И., Скрипнюк Д. Ф. МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ. Учебник для бакалавриата и магистратуры [Электронный ресурс] : М.:Издательство Юрайт , 2019 - 409 - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/book/mezhdunarodnyu-marketing-431984>
2. Сенаторов А. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях : учебное пособие [Электронный ресурс] : Альпина Пабlishер , 2016 - 153 - Режим доступа: <https://new.znaniy.com/catalog/document?id=333371>
3. Шамина И.С., Даракчан Е.А., Бодрова А.П. и др. SEO-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска [Электронный ресурс] : Инфра-Инженерия , 2018 - 260 - Режим доступа: <https://znaniy.com/catalog/document?id=326348>

7.2 Дополнительная литература

1. Аналитический маркетинг: что должен знать маркетинговый аналитик : Учебное пособие [Электронный ресурс] : НИЦ ИНФРА-М , 2020 - 288 - Режим доступа: <https://znaniy.com/catalog/document?id=350670>
2. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / А. В. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 595 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2878-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/508855> (дата обращения: 20.09.2024).
3. Международный маркетинг : Учебник [Электронный ресурс] : Дашков и К , 2020 - 180 - Режим доступа: <https://znaniy.com/catalog/document?id=358274>
4. Шпаковский, В. О. PR-дизайн и PR-продвижение: Учебное пособие / Шпаковский В.О., Егорова Е.С. - Вологда:Инфра-Инженерия, 2018. - 452 с.: ISBN 978-5-9729-0217-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znaniy.com/catalog/product/989613> (дата обращения: 01.03.2023). – Режим доступа: по подписке.

7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):

1. Система контекстной рекламы Google Adwords (<https://www.adwords.google.com>)
2. Ridings С., Whalen J. Перевод Садовский А. Растолкованный PageRank или все, что вы всегда хотели знать о PageRank. <http://digits.ru/articles/promotion/pagerank.html>
3. Гулин А., Карпович П. «Жадные алгоритмы в задачах оптимизации качества ранжирования» http://cache-novosibbln05.cdn.yandex.net/download.yandex.ru/company/experience/GDD/Zadnie_algoritmy_Ka
4. Зябрев И., Пожарков О. «Жадные алгоритмы в Яндексе». 2010. <http://www.altertrader.com/publications20.html/>
5. Материалы РОМИП. <http://romip.ru/ru/data.html>
6. Образовательная платформа "ЮРАЙТ"
7. Сегалович И.В. «Как работают поисковые системы». 2002. <http://download.yandex.ru/company/iworld-3.pdf>
8. Сервис сбора данных о ссылках Ahrefs (<http://www.ahrefs.com/>)
9. Сервис сбора данных о ссылках Majestic Seo (<http://www.majesticseo.com/>)
10. Сервис сбора статистики страниц (<http://www.be1.ru/>)
11. Система автоматического продвижения Megaindex (<http://www.megaindex.ru/>)
12. Система автоматического продвижения Sape Wisard (<http://www.seowizard.ru/>)
13. Система веб-аналитики Google Analytics (<https://www.google.com/analytics/>)
14. Система веб-аналитики Яндекс.Метрика (<http://metrika.yandex.ru/>)

15. Система контекстной рекламы Яндекс.Директ (<http://direct.yandex.ru/>)
16. Система подбора поисковых запросов (<http://wordstat.yandex.ru/>)
17. Справочные материалы сервиса Яндекс (<https://help.yandex.ru/metrika/index.xml>)
18. Справочные материалы Яндекс.Метрики. URL: <https://yandex.ru/support/metrika/>
19. Справочный центр – Google Analytics. URL: <https://support.google.com/analytics/?hl=ru>
20. СПС КонсультантПлюс - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
21. Ссылочная биржа Liex (<http://www.liex.ru/>)
22. Ссылочная биржа Rotapost (<http://www.rotapost.ru/>)
23. Ссылочная биржа Sape (<http://www.sape.ru/>)
24. Счетчик Javascript LiveInternet (<http://www.liveinternet.ru/>)
25. Счетчик Javascript OpenStat (<http://www.openstat.ru/>)
26. Текстовая биржа (с сервисом проверки уникальности текстов) Etxt (<http://www.etxt.ru/>)
27. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>
28. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <https://new.znanium.com/>
29. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <https://znanium.com/>
30. Электронно-библиотечная система "ZNANIUM.COM" - Режим доступа: <https://znanium.com/>
31. Open Academic Journals Index (ОАИ). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
32. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>

8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения

Основное оборудование:

- Ист.бесп.эл.питания Smart-UPS 3000VA
- Источник б/переб. пит. №2 APC SmartUPS 3000
- Монитор облачный 23" LG23CAV42K/мышь Genius Optical Wheel проводная/клавиатура Genius KB110 проводная
- Мультимедийный комплект №2 в составе:проектор Casio XJ-M146,экран 180*180,крепление потолочное
- Облачный монитор 23" LG CAV42K
- Система аудиовизуального представления информации
- Усилитель-распределитель VGA/XGA Kramer VP-200

Программное обеспечение:

- Microsoft Office Professional Plus 2013 Russian
- Microsoft Windows Professional 7 Russian
- Mozilla Firefox Russian

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И СИСТЕМ

Фонд оценочных средств
для проведения текущего контроля
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

МЕТОДЫ И ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

Направление и направленность (профиль)

54.03.01 Дизайн. Цифровой дизайн

Год набора на ОПОП
2024

Форма обучения
очная

Владивосток 2024

1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
54.03.01 «Дизайн» (Б-ДЗ)	ПКВ-2 : Способен проектировать цифровые коммуникационные системы, веб-страницы, интернет сервисы и стратегии их продвижения с применением современных интернет технологий и программного обеспечения и осуществлять контроль соответствия пользовательского интерфейса бизнес цели и задачам пользователя, в т.ч. проводить юзабилити-исследования	ПКВ-2.6к : Выполняет экспертную оценку стратегии продвижения информационных ресурсов в соответствии с их особенностями и бизнес целями

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Компетенция ПКВ-2 «Способен проектировать цифровые коммуникационные системы, веб-страницы, интернет сервисы и стратегии их продвижения с применением современных интернет технологий и программного обеспечения и осуществлять контроль соответствия пользовательского интерфейса бизнес цели и задачам пользователя, в т.ч. проводить юзабилити-исследования»

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код результата	Тип результата	Результат	
ПКВ-2.6к : Выполняет экспертную оценку стратегии продвижения информационных ресурсов в соответствии с их особенностями и бизнес целями	РД1	Знание	информационно-коммуникационных технологий, применяемых для решения стандартных задач профессиональной деятельности	знание информационно-коммуникационных технологий, используемых при продвижении информационных ресурсов
	РД2	Знание	рынков программно-информационных продуктов и услуг	знание возможностей для продвижения информационных ресурсов на рынке программно-информационных продуктов и услуг
	РД3	Знание	общих методов использования технологий разработки объектов профессиональной деятельности в условиях экономики и информационного общества	знание общих методов использования технологий разработки объектов профессиональной деятельности

	Р Д 4	У м е н е	использовать технологии разработки объектов профессиональной деятельности и продвижения информационных ресурсов	использование технологий разработки объектов профессиональной деятельности и возможностей продвижения информационных ресурсов на рынке программно-информационных продуктов и услуг
	Р Д 5	Н а в ы к	работы с методами разработки и системы метрик для оценки эффективности процессов управления ИТ-инфраструктуры	использование методов разработки системы метрик для оценки эффективности процессов управления ИТ-инфраструктуры

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения	Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС		
		Текущий контроль	Промежуточная аттестация	
Очная форма обучения				
РД1	Знание : информационно-коммуникационных технологий, применяемых для решения стандартных задач профессиональной деятельности	1.1. Введение в маркетинг Понятие и функции РR-продвижения. Интернет-маркетинг	Практическая работа	Проект
		1.2. 2 Поиск информации в Интернете. Общая архитектура поисковых систем. Классические модели поиска. Машинное обучение в информационном поиске. История поисковых систем	Практическая работа	Проект
		1.3. SEO: оптимизация сайта в поисковых системах. Технические аспекты продвижения сайтов. Запрещенные методы продвижения	Практическая работа	Проект
		1.4. Контекстная реклама. Баннерная реклама. E-mail Маркетинг. Продвижение в социальных сетях	Практическая работа	Проект
		1.5. Веб-аналитика	Практическая работа	Проект
РД2	Знание : рынков программно-информационных продуктов и услуг	1.1. Введение в маркетинг Понятие и функции РR-продвижения. Интернет-маркетинг	Практическая работа	Проект

		1.2. 2 Поиск информации в Интернете. Общая архитектура поисковых систем. Классические модели поиска. Машинное обучение в информационном поиске. История поисковых систем	Практическая работа	Проект
		1.3. SEO: оптимизация сайта в поисковых системах. Технические аспекты продвижения сайтов. Запрещенные методы продвижения	Практическая работа	Проект
		1.4. Контекстная реклама. Баннерная реклама. E-mail Маркетинг. Продвижение в социальных сервисах	Практическая работа	Проект
		1.5. Веб-аналитика	Практическая работа	Проект
РДЗ	Знание : общих методов использования технологий разработки объектов профессиональной деятельности в условиях экономики информационного общества	1.1. Введение в маркетинг Понятие и функции PR-продвижения. Интернет-маркетинг	Практическая работа	Проект
		1.2. 2 Поиск информации в Интернете. Общая архитектура поисковых систем. Классические модели поиска. Машинное обучение в информационном поиске. История поисковых систем	Практическая работа	Проект
		1.3. SEO: оптимизация сайта в поисковых системах. Технические аспекты продвижения сайтов. Запрещенные методы продвижения	Практическая работа	Проект
		1.4. Контекстная реклама. Баннерная реклама. E-mail Маркетинг. Продвижение в социальных сервисах	Практическая работа	Проект
		1.5. Веб-аналитика	Практическая работа	Проект
РД4	Умение : использовать технологии разработки объектов профессиональной деятельности и продвижения информационных ресурсов	1.1. Введение в маркетинг Понятие и функции PR-продвижения. Интернет-маркетинг	Практическая работа	Проект
		1.2. 2 Поиск информации в Интернете. Общая архитектура поисковых систем. Классические модели поиска. Машинное обучение в информационном поиске. История поисковых систем	Практическая работа	Проект

		1.3. SEO: оптимизация сайта в поисковых системах. Технические аспекты продвижения сайтов. Запрещенные методы продвижения	Практическая работа	Проект
		1.4. Контекстная реклама. Баннерная реклама. E-mail Маркетинг. Продвижение в социальных сервисах	Практическая работа	Проект
		1.5. Веб-аналитика	Практическая работа	Проект
РД5	Навык : работы с методами разработки системы метрик для оценки эффективности процессов управления ИТ-инфраструктуры	1.1. Введение в маркетинг Понятие и функции РР-продвижения. Интернет-маркетинг	Практическая работа	Проект
		1.2. 2 Поиск информации в Интернете. Общая архитектура поисковых систем. Классические модели поиска. Машинное обучение в информационном поиске. История поисковых систем	Практическая работа	Проект
		1.3. SEO: оптимизация сайта в поисковых системах. Технические аспекты продвижения сайтов. Запрещенные методы продвижения	Практическая работа	Проект
		1.4. Контекстная реклама. Баннерная реклама. E-mail Маркетинг. Продвижение в социальных сервисах	Практическая работа	Проект
		1.5. Веб-аналитика	Практическая работа	Проект

4 Описание процедуры оценивания

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточных аттестаций при помощи количественной оценки, выраженной в баллах. Максимальная сумма баллов по дисциплине (модулю) равна 100 баллам.

Вид учебной деятельности	Оценочное средство		
	Защита проекта	Практические работы	Итого
Лекция	5		5
Практические занятия		60	60
Самостоятельная работа		20	20
Промежуточная аттестация	15		15
Итого	20	80	100

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями и умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

5 Примерные оценочные средства

5.1 Проект

Подгруппы выполняют презентации работ, выполненных по сквозным проектам и результатам их выполнения.

Презентация оформляется в формате MS PowerPoint, и включает в себя информацию о выбранной теме и концепции проекта, её сильных и слабых сторонах, информацию о работах, проведенных по проекту в рамках изучения дисциплины, их ключевых результатах и взаимосвязи данных результатов с изменениями в динамике статистических показателей проекта, информацию о выборе актуальных направлений развития проекта, обоснование данного выбора и планируемый комплекс мер по его реализации. Презентация представляется подгруппами в полном составе в рамках выделенного лекционного занятия.

Краткие методические указания

Презентация работ по проекту представляет собой публичное сообщение, предполагающее развернутое изложение. Презентация работ по проекту - это вид самостоятельной работы, который способствует формированию у студентов навыков исследовательской работы, расширяет познавательные интересы, приучает критически мыслить.

Подготовка доклада предполагает следующие этапы:

1. Определение цели презентации работ по проекту (объяснить проблему, решение, ситуацию и т.п.).
2. Составление плана доклада, распределение собранного материала в необходимой логической последовательности.
4. Композиционное оформление доклада в виде электронной презентации.

Построение доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение.

Вступление содержит: формулировку темы доклада; актуальность темы; анализ литературных источников (рекомендуется использовать данные за последние 3-5 лет).

Основная часть состоит из нескольких разделов, постепенно раскрывающих тему. Если необходимо, для обоснования темы используется ссылка на источники с доказательствами, взятыми из литературы (цитирование авторов, указание цифр, фактов,

определений). Изложение материала должно быть связным, последовательным, доказательным. Способ изложения материала для выступления должен носить конспективный или тезисный характер.

В заключении подводятся итоги, формулируются главные выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы, предлагаются самые важные практические рекомендации.

Шкала оценки

№	Баллы	Описание
5	17–20	Студент демонстрирует знания на итоговом уровне: свободно оперирует терминологией, демонстрирует уверенное понимание взаимосвязи между проведенными мероприятиями и достигнутыми результатами в рамках сквозного проекта, правильно выделяет актуальные направления развития и корректно подбирает комплекс мероприятий, требуемых для реализации выбранных направлений.
4	13–16	Студент демонстрирует умения на среднем уровне: по сквозному проекту выполнены основные мероприятия, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при анализе взаимосвязей между выполненными мероприятиями и изменениями в статистических показателях, в определении слабых сторон проекта или подборе мер для их компенсации.
3	9–12	Студент демонстрирует умения и навыки на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных умений, навыков по дисциплинарной компетенции, испытываются значительные затруднения при оперировании умениями и при их переносе на новые ситуации.
2	5–8	Студент демонстрирует умения и навыки на уровне ниже базового: проявляется недостаточность умений и навыков.
1	0–4	Студентом проявляется полное или практически полное отсутствие умений и навыков.

5.2 Примеры заданий для выполнения практических работ

Студентам необходимо выполнить сквозной проект по дисциплине: блог на платформе «Яндекс Дзен» на тему по выбору студентов (подлежит согласованию с преподавателем). Проекты распределяются между подгруппами по 3-4 человека. Проект будет выполняться студентами на практических занятиях, выполняя практические работы.

Перечень тем практических работ по проекту:

Тема 1 Введение в маркетинг.

Изучение и выбор сервисов и ресурсов Интернет. Выбор инструментов Интернет-маркетинга. Составление требований к интернет-маркетологу. Составление портрета интернет-аудитории. Изучение специфики функций маркетинга в Интернет.

Тема 2. Интернет-маркетинг.

Разработать стратегию лидогенерации. Определить критерии квалификации лида. Сформировать воронку продаж. Выбрать методы лидогенерации.

Тема 3. Маркетинг в социальных сетях

Создать группу в "ВКонтакте". Сформировать контент. Обновлять содержание группы, увеличивая число подписчиков. Оценить эффективность продвижения группы в соцсети.

Тема 5. SEO: оптимизация сайта в поисковых системах.

Привлечение пользователей на блог. Подведение итогов на основе сравнения полученных результатов с запланированными по установленным ранее критериям. Основные понятия SEO. Изучение алгоритма работы поисковых систем. Разработка SEO-friendly блога. Внутренняя оптимизация.

Тема 4. Контекстная реклама. Баннерная реклама.

Разработать проект баннера. Создать рекламную кампанию в системах контекстной рекламы.

Тема 5. E-mail Маркетинг.

Зарегистрироваться в системе Wix.com. Разработать контент для серии писем по продвижению товара или услуги. Организовать рассылку.

Тема 6. Веб-аналитика.

Работа с Учебным руководством Google Analytics IQ на сайте <https://support.google.com> Сформировать: отчеты по аудитории, по источникам трафика,

отчет «Карта целей», отчеты по электронной коммерции.

Краткие методические указания

На выполнение одной практической работы отводится не более двух двухчасовых занятий. Задания выдаются в соответствии с перечнем тем, с учётом особенностей выбранного сквозного проекта, и выполняются на его базе. По выполнении задания студенты демонстрируют соответствующие изменения в сквозном проекте либо результаты его анализа.

Шкала оценки

№	Баллы	Описание
5	71–80	Студент демонстрирует умения на итоговом уровне: умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
4	61–70	Студент демонстрирует умения на среднем уровне: освоил основные умения, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.
3	40–60	Студент демонстрирует умения и навыки на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных умений, навыков по дисциплинарной компетенции, испытываются значительные затруднения при оперировании умениями и при их переносе на новые ситуации.
2	21–40	Студент демонстрирует умения и навыки на уровне ниже базового: проявляется недостаточность умений и навыков.
1	0–20	Студентом проявляется полное или практически полное отсутствие умений и навыков.