

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Филиал Казанского (Приволжского) федерального университета в городе Джизаке
Республики Узбекистан



Программа дисциплины

Технологии продвижения контента в интернете

Направление подготовки: 42.04.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Новые медиа

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2026

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО
3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
 - 4.1. Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)
 - 4.2. Содержание дисциплины (модуля)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)
9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)
11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
12. Средства адаптации преподавания дисциплины (модуля) к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
13. Приложение №1. Фонд оценочных средств
14. Приложение №2. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
15. Приложение №3. Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины (модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Программу дисциплины разработал(а)(и) старший преподаватель, к.н. Гайсина Э.И. (Кафедра связей с общественностью и прикладной политологии, Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций), Ealina.Gajsina@kpfu.ru

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль), должен обладать следующими компетенциями:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

Обучающийся, освоивший дисциплину (модуль):

Должен знать:

структуру и логику коммуникационных кампаний и мероприятий;

специфику и основное предназначение коммуникационных кампаний и мероприятий; принципы оперативного планирования, проведения, контроля и оценки

эффективности рекламных и PR-кампаний;

Должен уметь:

планировать, проводить, осуществлять контроль и оценку эффективности рекламных и PR-кампаний;

Должен владеть:

навыками информационной безопасности.

навыками организации и реализации рекламных и PR-кампаний

Должен демонстрировать способность и готовность:

планировать, проводить, осуществлять контроль и оценку эффективности рекламных и PR-кампаний в сети Интернет

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Данная дисциплина (модуль) включена в раздел "Б1.О.08 Дисциплины (модули)" основной профессиональной образовательной программы 42.04.02 "Журналистика (Новые медиа)" и относится к обязательным дисциплинам.

Осваивается на 1 курсе в 2 семестре.

3. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) на 72 часа(ов).

Контактная работа - 18 часа(ов), в том числе лекции - 0 часа(ов), практические занятия - 18 часа(ов), лабораторные работы - 0 часа(ов), контроль самостоятельной работы - 0 часа(ов).

Самостоятельная работа - 54 часа(ов).

Контроль (зачёт / экзамен) - 0 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины: зачет во 2 семестре.

4. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

4.1 Структура и тематический план контактной и самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

N	Разделы дисциплины / модуля	Семестр	Виды и часы контактной работы, их трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Сайт организации: понятие и виды	2	0	2	0	6
2.	Тема 2. Продвижение сайта в поисковых системах	2	0	4	0	8
3.	Тема 3. Показатели эффективности рекламных и PR-мероприятий в интернет	2	0	2	0	6
4.	Тема 4. Привлечение и удержание аудитории на целевой странице	2	0	2	0	8
5.	Тема 5. Социальные сети как канал продвижения организации	2	0	4	0	10
6.	Тема 6. Прямой маркетинг в интернет	2	0	2	0	8
7.	Тема 7. Маркетинговые исследования в интернет	2	0	2	0	8
	Итого		0	18	0	54

4.2 Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Сайт организации: понятие и виды

Страницы сайтов - это набор текстовых файлов, размеченные на языке HTML. Эти файлы, будучи загруженными посетителем на его компьютер, понимаются и обрабатываются браузером и выводятся на средство отображения пользователя (монитор, экран КПК, принтер или синтезатор речи). Язык HTML позволяет форматировать текст, различать в нём функциональные элементы, создавать гипертекстовые ссылки (гиперссылки) и вставлять в отображаемую страницу изображения, звукозаписи и другие мультимедийные элементы. Отображение страницы можно изменить добавлением стилей на языке CSS, что позволяет централизовать в определенном файле все элементы форматирования (размер и цвет заглавных букв 2-го уровня, размер и вид блока вставки и другое) или сценарии на языке JavaScript, с помощью которого имеется возможность просматривать страницы с событиями или действиями.

Страницы сайтов могут быть простым статичным набором файлов или создаваться специальной компьютерной программой на сервере. Она может быть либо сделана на заказ для

отдельного сайта, либо быть готовым продуктом, рассчитанным на некоторый класс сайтов. Некоторые из них могут обеспечить владельцу сайта возможность гибкой настройки структурирования и вывода информации на веб-сайте. Такие управляющие программы называются системами управления содержимым (CMS).

Сайты могут содержать подразделы, ориентированные целиком на ту или иную аудиторию. В этом случае такие разделы называют версиями сайта. Аудитория может различаться по виду используемого оборудования, по используемому языку аудитории. К примеру, известны так называемые мобильные версии сайта, предназначенные для работы с ними с использованием смартфона. Сайты могут иметь языковые версии (русскоязычная, англоязычная и другие).

Тема 2. Продвижение сайта в поисковых системах

Поисковые системы учитывают множество параметров сайта при вычислении его релевантности (степени соответствия введённому запросу):

плотность ключевых слов (сложные алгоритмы современных поисковых систем позволяют производить семантический анализ текста, чтобы отсеять поисковый спам, в котором ключевое слово встречается слишком часто (терм. слэнг "тошнота")).

индекс цитирования сайта (ИЦ), зависящий от количества и авторитетности веб-ресурсов, ссылающихся на данный сайт; многими поисковиками не учитываются взаимные ссылки (друг на друга). Зачастую также важно, чтобы ссылки были с сайтов той же тематики, что и оптимизируемый сайт - тематический индекс цитирования (тИЦ).

водность текста - показатель, определяющий наличие малозначимых слов, которые не несут никакой полезной информации и служат для разбавления текста (стоп-слова).

Все факторы, влияющие на положение сайта в выдаче поисковой системы, можно разбить на внешние и внутренние. К внутренней оптимизации (касающейся исключительно внутренней системы сайта) - относится работа, направленная на общее повышение качества сайта, пользы, которую он приносит посетителю. Сюда можно отнести работу над структурой проекта, над облегчением восприятия контента и непосредственно над качеством этого контента. Значение общего количества таких факторов в большинстве источников колеблется в районе 200. Функциональный подход к поисковой оптимизации, направленный на подгонку определенных факторов к их целевым значениям, отошел в прошлое в связи с усложнением алгоритмов поисковых систем - стоимость "балансирования" десятков факторов многократно превышает стоимость создания изначально качественного ресурса.

Тема 3. Показатели эффективности рекламных и PR-мероприятий в интернет

Ключевые Показатели Эффективности (КПЭ) помогают выявить наши основные цели и понять, насколько успешно мы двигаемся к их достижению. КПЭ - обязательно измеряемые данные, которые можно выразить числами. У каждого бизнеса и сайта может быть свой набор КПЭ. Например, интернет-магазин может измерять объем продаж постоянным (возвращающимся) покупателям, а социальная сеть - количество зарегистрированных пользователей и количество постоянных пользователей за определенный период.

Чтобы работать с ключевыми показателями эффективности, у сайта должны быть цели. Пример цели для интернет-магазина: уменьшить количество отказов / уходов с сайта на 20% при заполнении формы заказа. Пример цели для социальной сети: увеличить частоту визитов постоянных пользователей с 2 в неделю до 5 в неделю и увеличить время пребывания на сайте с 5 до 15 минут. Не пытайтесь измерять все, что измеряется. Сразу определитесь, при каких условиях вы будете считать вложения в сайт оправданными. Для небольшого сайта или блога достаточно 1-3 показателей, у многофункционального портала их может быть намного больше.

Тема 4. Привлечение и удержание аудитории на целевой странице

Интернет представляет собой один из важнейших глобальных рынков рекламных носителей и привлекает все большее внимание рекламодателей. Это связано, в первую очередь, со значительным многообразием интернет-ресурсов, чрезвычайно высокими возможностями их целевого сегментирования, увеличением количества предлагаемых услуг и огромной аудиторией. Знание и оптимальное использование возможностей, которые предоставляет рекламодателям многообразный интернет-рынок, позволяет проводить рекламные кампании самой различной направленности, стоимости и масштаба, добиваясь при этом эффективных результатов.

Планирование и проведение рекламных кампаний в Интернете требует от рекламодателя знания отдельных его особенностей. Среди наиболее важных можно отметить следующие:

Интерактивность. Интернет является интерактивной средой и поэтому обеспечивает существенную вовлеченность потребителя. Каждый интернет-пользователь имеет возможность не только пассивно получать информацию, как это происходит в случае использования традиционных медиа, но и активно взаимодействовать с ней, исходя из своих интересов и предпочтений, выбирая наиболее актуальные для себя ресурсы и содержание, вступая в коммуникацию с другими пользователями и так далее. Такими же свойствами интерактивности обладает и интернет-реклама, то есть пользователь может непосредственно взаимодействовать с ней. Увидев рекламное объявление, пользователь имеет возможность сразу перейти к более подробной информации о рекламируемом предложении. Для этого он должен кликнуть мышью на рекламном носителе, после чего осуществляется переход на сайт рекламодателя, где пользователь может получить ту или иную информацию об объекте рекламы или выполнить нужное рекламодателю действие 1. Именно эта особенность принципиально отличает интернет-рекламу от рекламы в традиционных медиа.

Аудитория. В экономически развитых странах подавляющая часть населения имеет регулярный доступ в Интернет, а совокупное количество интернет-пользователей сопоставимо с количеством телезрителей, при этом отдельные группы потребителей проводят в Сети значительно больше времени, чем перед телевизором. Быстро растущая интернет-аудитория представляет собой область повышенного интереса для многих рекламодателей, так как это активная, образованная и, как правило, платежеспособная часть общества. В то же время, некоторые рекламодатели могут сталкиваться с проблемой ограниченности аудитории только пользователями Интернета. Это связано с тем, что пользователь должен иметь не только доступ к Сети, но и минимальный набор знаний, необходимых для работы с компьютером в целом и с Интернетом в частности. Поэтому распространение этого типа медиа может быть существенно ограничено в регионах с неразвитой инфраструктурой, а также среди определенных социальных групп. Так, в России этот барьер до сих пор отделяет от Интернета значительную часть населения страны. Эта проблема служит серьезным препятствием для некоторых рекламодателей, особенно если их реклама предназначена именно для этих групп населения.

Таргетинг. 2 Механизм таргетинга позволяет выделить из всей имеющейся интернет-аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям, и показать рекламу именно ей. Принято различать прямой и косвенный таргетинг. Прямой таргетинг нацелен на выбор целевой аудитории, напрямую интересующейся предлагаемым товаром или услугой. Косвенный таргетинг нацелен на аудиторию, являющуюся целевой для взаимосвязанных с предлагаемым видом товаров или услуг. Интернет позволяет обеспечить более точную, чем любой другой вид медиа, фокусировку рекламной информации на целевые группы по различным параметрам (вплоть до конкретного получателя).

Тема 5. Социальные сети как канал продвижения организации

Social media marketing (SMM) - процесс привлечения трафика или внимания к бренду или продукту через социальные платформы. Это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний и решения других бизнес-задач.

Основной упор в SMM делается на создании контента, который люди будут распространять через социальные сети самостоятельно, уже без участия организатора. Считается, что сообщения, передаваемые по социальным сетям, вызывают больше доверия у потенциальных потребителей услуги. Это связывается с рекомендательной схемой распространения в социальных медиа за счёт социальных связей, лежащих в основе взаимодействия.

Продвижение в социальных сетях позволяет точно воздействовать на целевую аудиторию, выбирать площадки, где эта аудитория в большей степени представлена, и наиболее подходящие способы коммуникации с ней, при этом в наименьшей степени затрагивая незаинтересованных в этой рекламе людей.

Важно отметить, что SMM применяется не только на товарах и услугах. Активно используют SMM-технологию Средства массовой информации. Они создают свои аккаунты в социальных сетях, размещают свой контент и тем самым собирают подписчиков (читателей своего продукта).

Тема 6. Прямой маркетинг в интернет

Емайл-маркетинг - это один из самых эффективных каналов работы с клиентами в бизнесе. Именно он позволяет выстраивать длительные и прочные отношения с подписчиками, что дает бизнесу постоянные повторные продажи, возможность обратной связи от покупателей и клиентов на всю жизнь.

По сравнению с другими рекламными каналами, емайл-маркетинг считается одним из самых недорогих способов увеличения повторных продаж и допродаж (upsell) по сравнению, например, с аналогичной функцией контекстной рекламы - см. ретаргетинг и телемаркетинг.

5 особенностей и преимуществ емайл-маркетинга:

- Низкая стоимость поддержания рекламного канала;
- Сбор собственной базы возможных или действительных клиентов;
- Построение диалога между бизнесом и клиентом;
- Получение необходимых целевых действий от подписчиков (например, комментарии, оформленные заказы, заявки, скачанные бесплатные материалы и другое);
- Автоматизация

Тема 7. Маркетинговые исследования в интернет

Онлайн-исследования принадлежат к числу наиболее активно развивающихся маркетинговых исследований, которое включает в себя как изучение аудитории Интернета (изучение людей, зарегистрировавшихся в определенной системе), так и проведение исследований различной тематики с использованием Интернета, в частности, систему CAWI (Computer Assisted Web Interviews).

К основным достоинствам применения онлайн-технологий относят возможность опроса большого количества людей за короткое время при меньшей стоимости услуг; изучение труднодоступных категорий населения; более высокий уровень откровенности респондента, связанный с анонимностью опроса; возможность следить за ходом интернет-опроса в режиме реального времени и т.д.

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

Самостоятельная работа обучающихся выполняется по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия. Самостоятельная работа подразделяется на самостоятельную работу на аудиторных занятиях и на внеаудиторную самостоятельную работу. Самостоятельная работа обучающихся включает как полностью самостоятельное освоение отдельных тем (разделов) дисциплины, так и проработку тем (разделов), осваиваемых во время аудиторной работы. Во время самостоятельной работы обучающиеся читают и конспектируют учебную, научную и справочную литературу, выполняют задания, направленные на закрепление знаний и отработку умений и навыков, готовятся к текущему и промежуточному контролю по дисциплине.

Организация самостоятельной работы обучающихся регламентируется нормативными документами, учебно-методической литературой и электронными образовательными ресурсами, включая:

Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 апреля 2017 года №301)

Письмо Министерства образования Российской Федерации №14-55-996ин/15 от 27 ноября 2002 г. "Об активизации самостоятельной работы студентов высших учебных заведений"

Устав федерального государственного автономного образовательного учреждения "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Правила внутреннего распорядка федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования "Казанский (Приволжский) федеральный университет"

Локальные нормативные акты Казанского (Приволжского) федерального университета

6. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) включает оценочные материалы, направленные на проверку освоения компетенций, в том числе знаний, умений и навыков. Фонд оценочных средств включает оценочные средства текущего контроля и оценочные средства промежуточной аттестации.

В фонде оценочных средств содержится следующая информация:

- соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю);
- критерии оценивания сформированности компетенций;
- механизм формирования оценки по дисциплине (модулю);
- описание порядка применения и процедуры оценивания для каждого оценочного средства;
- критерии оценивания для каждого оценочного средства;

- содержание оценочных средств, включая требования, предъявляемые к действиям обучающихся, демонстрируемым результатам, задания различных типов.

Фонд оценочных средств по дисциплине находится в Приложении 1 к программе дисциплины (модулю).

7. Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Освоение дисциплины (модуля) предполагает изучение основной и дополнительной учебной литературы. Литература может быть доступна обучающимся в одном из двух вариантов (либо в обоих из них):

- в электронном виде - через электронные библиотечные системы на основании заключенных КФУ договоров с правообладателями;

- в печатном виде - в Научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского. Обучающиеся получают учебную литературу на абонементе по читательским билетам в соответствии с правилами пользования Научной библиотекой.

Электронные издания доступны дистанционно из любой точки при введении обучающимся своего логина и пароля от личного кабинета в системе "Электронный университет". При использовании печатных изданий библиотечный фонд должен быть укомплектован ими из расчета не менее 0,5 экземпляра (для обучающихся по ФГОС 3++ - не менее 0,25 экземпляра) каждого из изданий основной литературы и не менее 0,25 экземпляра дополнительной литературы на каждого обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих данную дисциплину.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля), находится в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины. Он подлежит обновлению при изменении условий договоров КФУ с правообладателями электронных изданий и при изменении комплектования фондов Научной библиотеки КФУ.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Т.А. Чабанюк Теория и практика рекламы -
https://knastu.ru/media/files/posobiya_files/_i_praktika_reklamy_UJoyGv.pdf

Оценка эффективности рекламной кампании: Учебное пособие Смирновой О.О. -
<http://published-m.narod.ru/b1g6.htm#14>

Практика медиапланирования [Электронный ресурс]: Журнал Практика рыночных исследований. - <http://www.mediaplanirovaniye.ru>

9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Вид работ	Методические рекомендации
практические занятия	Часть аудиторного времени по данному курсу отводится практическим занятиям, которые проходят в форме семинаров согласно теме, цели, задачам и вопросам для обсуждения. Участие в практическом занятии позволит студенту разобраться в сложных для него проблемах, получить ответы на вопросы, которые оказались непонятными. Обмен мнениями и активное обсуждение с другими студентами группы

Вид работ	Методические рекомендации
	проблематики истории искусства будет способствовать более успешному овладению учебным материалом.
самостоятельная работа	Студенты получают от преподавателя групповые/индивидуальные задания на самостоятельную работу, которые заключаются: в проработке лекций; знакомстве с видеорядом по теме; изучении литературы по теме предмета, выполнении самостоятельных заданий.Студенты получают от преподавателя групповые/индивидуальные задания на самостоятельную работу, которые заключаются: в проработке лекций; знакомстве с видеорядом по теме; изучении литературы по теме предмета, выполнении самостоятельных заданий.
зачет	Зачет преследует цель оценить работу студента. Полученные теоретические знания, их прочность, развитие творческого мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умения синтезировать полученные знания и применять на практике решение практических задач.При подготовке к зачету студентам необходимо выполнить все контрольные задания,а также продемонстрировать свои знания в устной форме.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем, представлен в Приложении 3 к рабочей программе дисциплины (модуля).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине (модулю) включает в себя следующие компоненты: Помещения для самостоятельной работы обучающихся, укомплектованные специализированной мебелью (столы и стулья) и оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду КФУ. Учебная аудитория для проведения практических занятий (ауд. 102) Комплект мебели для обучающихся (посадочных мест) – 30 шт. Комплект мебели для преподавателя (посадочных мест) – 1 шт. Рабочая зона с большими столами. Интерактивная доска JYXINCH – 1 шт. Стеллаж для материалов и макетов – 1 шт. Программное обеспечение: Microsoft Windows 10, Microsoft Office, Chrome, Firefox, Adobe Acrobat reader, Microsoft Teams. Доступ в Интернет и ЭИОС КФУ

12. Средства адаптации преподавания дисциплины к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

При необходимости в образовательном процессе применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потери данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества, предусмотреть доступность управления контентом с клавиатуры;

- создание возможностей для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников - например, так, чтобы лица с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально;
- применение программных средств, обеспечивающих возможность освоения навыков и умений, формируемых дисциплиной, за счёт альтернативных способов, в том числе виртуальных лабораторий и симуляционных технологий;
- применение дистанционных образовательных технологий для передачи информации, организации различных форм интерактивной контактной работы обучающегося с преподавателем, в том числе вебинаров, которые могут быть использованы для проведения виртуальных лекций с возможностью взаимодействия всех участников дистанционного обучения, проведения семинаров, выступления с докладами и защиты выполненных работ, проведения тренингов, организации коллективной работы;
- применение дистанционных образовательных технологий для организации форм текущего и промежуточного контроля;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ограниченными возможностями здоровья форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи:
 - продолжительности сдачи зачёта или экзамена, проводимого в письменной форме, - не более чем на 90 минут;
 - продолжительности подготовки обучающегося к ответу на зачёте или экзамене, проводимом в устной форме, - не более чем на 20 минут;
 - продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы - не более чем на 15 минут.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом по направлению 42.04.02 "Журналистика" и магистерской программе "Новые медиа".

Приложение №1
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Технологии продвижения контента в интернете

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Казанский (Приволжский) федеральный университет» Филиал КФУ
в городе Джизак Республики Узбекистан

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)
Б1.О.08 Технологии продвижения контента в интернете

Направление подготовки: 42.04.02 Журналистика
Профиль подготовки: Новые медиа
Квалификация выпускника: магистр
Форма обучения: очное
Язык обучения: русский
Год начала обучения по образовательной программе: 2024

СОДЕРЖАНИЕ

1. СООТВЕТСТВИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ ПЛАНИРУЕМЫМ РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

2. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОЦЕНОК ЗА ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНУЮ АТТЕСТАЦИЮ

4. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА, ПОРЯДОК ИХ ПРИМЕНЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

4.1.1. Проверка практических навыков №1

4.1.1.1. Порядок проведения и процедура оценивания

4.1.1.2 Критерии оценивания

4.1.1.3. Содержание оценочного средства

4.1.2. Проверка практических навыков

4.1.2.1. Порядок проведения и процедура оценивания

4.1.2.2 Критерии оценивания

4.1.2.3. Содержание оценочного средства

4.1.3. Творческое задание №1

4.1.3.1. Порядок проведения и процедура оценивания

4.1.3.2. Критерии оценивания

4.1.3.3. Содержание оценочного средства

4.1.4. Проверка практических навыков №2

4.1.4.1. Порядок проведения и процедура оценивания

4.1.4.2. Критерии оценивания

4.1.4.3. Содержание оценочного средства

4.1.5. Творческое задание №3

4.1.5.1. Порядок проведения и процедура оценивания

4.1.5.2. Критерии оценивания

4.1.5.3. Содержание оценочного средства

4.1.6. Проверка практических навыков №3

4.1.6.1. Порядок проведения и процедура оценивания

4.1.6.2. Критерии оценивания

4.1.6.3. Содержание оценочного средства

4.1.7. Проверка практических навыков №4

4.1.7.1. Порядок проведения и процедура оценивания

4.1.7.2. Критерии оценивания

4.1.7.3. Содержание оценочного средства

4.1.8. Проверка практических навыков №5

4.1.8.1. Порядок проведения и процедура оценивания

4.1.8.2. Критерии оценивания

4.1.8.3. Содержание оценочного средства

4.2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.2.1. Проект

4.2.1.1. Порядок проведения

4.2.1.2. Критерии оценивания

4.2.1.3. Содержание оценочного средства

1. Соответствие компетенций планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю)

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций для данной дисциплины	Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Знать основные виды технических средств и информационно-коммуникационных технологий для продвижения контента в сети Интернет; Уметь использовать коммуникационные средства и технологии рекламы и PR в подготовке и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий по продвижению контента в Интернете; Владеть навыками создания контента и его продвижения в сети Интернет с помощью современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	Текущий контроль: Письменное домашнее задание (Тема №2,4) Промежуточная аттестация: зачет в форме подготовки проекта.
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знать основные этапы планирования, проведения рекламных и PR-кампаний, принципы контроля и оценки эффективности рекламных и PR-кампаний по продвижению проектов в сети Интернет; Уметь использовать современные технические средства, а также коммуникационные средства рекламы и PR на всех этапах жизненного цикла интернет-проекта; Владеть навыками организации и реализации рекламных и PR-кампаний по продвижению проектов в Интернете	Текущий контроль: Письменное домашнее задание (Тема №2,4) Проверка практических навыков (Темы №1,3, 5, 6,7). Промежуточная аттестация: зачет в форме подготовки проекта.

2. Критерии оценивания сформированности компетенций

Компетенция	Зачтено			Не зачтено
	Высокий уровень (отлично) (86-100 баллов)	Средний уровень (хорошо) (71-85 баллов)	Низкий уровень (удовлетворительно) (56-70 баллов)	

				(неудовлетворительно) (0-55 баллов)
ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии для продвижения контента в сети Интернет;	<u>Знает</u> Знать основные виды технических средств и информационно-коммуникационных технологий для продвижения контента в сети Интернет;	<u>Знает</u> Называет основные виды технических средств и информационно-коммуникационных технологий для продвижения контента в сети Интернет;	<u>Знает</u> Называет содержание и сущность отдельных видов технических средств и информационно-коммуникационных технологий для продвижения контента в сети Интернет;	<u>Знает</u> Не называет содержание и сущность основных видов технических средств и информационно-коммуникационных технологий для продвижения контента в сети Интернет;
коммуникационные технологии	<u>Умеет</u> использовать коммуникационные средства и технологии рекламы и PR в подготовке и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий по продвижению контента в Интернете;	<u>Умеет</u> Иллюстрирует способности использования коммуникационных средств рекламы и PR в подготовке и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий по продвижению контента в Интернете;	<u>Умеет</u> Называет коммуникационные средства рекламы и PR в подготовке и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий по продвижению контента в Интернете;	<u>Умеет</u> Неправильно описывает процесс использования коммуникационных средств рекламы и PR в подготовке и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий по продвижению контента в Интернете;
	<u>Владеет</u> Владеет навыками создания контента и его продвижения в сети Интернет с помощью современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	<u>Владеет</u> Поясняет процесс создания контента и его продвижения в сети Интернет с помощью современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	<u>Владеет</u> Называет отдельные этапы создания контента и его продвижения в сети Интернет с помощью современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий	<u>Владеет</u> Не интерпретирует процесс создания контента и его продвижения в сети Интернет с помощью современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий
УК-2 Способен управлять проектом на	<u>Знает</u> основные этапы планирования, проведения	<u>Знает</u> Называет основные этапы планирования,	<u>Знает</u> Называет содержание и сущность	<u>Знает</u> Не называет содержание и сущность

всех этапах его жизненного цикла	рекламных и PR-кампаний, принципы контроля и оценки эффективности рекламных и PR-кампаний по продвижению проектов в сети Интернет;	проведения рекламных и PR-кампаний, принципы контроля и оценки эффективности рекламных и PR-кампаний по продвижению проектов в сети Интернет;	отдельных этапов планирования, проведения рекламных и PR-кампаний, принципы контроля и оценки эффективности рекламных и PR-кампаний по продвижению проектов в сети Интернет;	основных этапов планирования, проведения рекламных и PR-кампаний, принципы контроля и оценки эффективности рекламных и PR-кампаний по продвижению проектов в сети Интернет;
	<u>Умеет</u> использовать современные технические средства, а также коммуникационные средства рекламы и PR на всех этапах жизненного цикла интернет-проекта;	<u>Умеет</u> Иллюстрирует способности использования современных технических средств, а также коммуникационных средств рекламы и PR на всех этапах жизненного цикла интернет-проекта;	<u>Умеет</u> Называет современные технические средства, а также коммуникационные средства рекламы и PR на всех этапах жизненного цикла интернет-проекта;	<u>Умеет</u> Неправильно описывает процесс использования современных технических средств, а также коммуникационных средств рекламы и PR на всех этапах жизненного цикла интернет-проекта;
	<u>Владеет</u> навыками организации и реализации рекламных и PR-кампаний по продвижению проектов в Интернете	<u>Владеет</u> Поясняет процесс организации и реализации рекламных и PR-кампаний по продвижению проектов в Интернете	<u>Владеет</u> Называет отдельные этапы процесса организации и реализации рекламных и PR-кампаний по продвижению проектов в Интернете	<u>Владеет</u> Не интерпретирует процесс организации и реализации рекламных и PR-кампаний по продвижению проектов в Интернете

3. Распределение оценок за формы текущего контроля и промежуточную аттестацию

2 семестр:

Текущий контроль:

письменное домашнее задание – 15

проверка практических навыков – 35

Итого 15+35=50 баллов

Промежуточная аттестация – зачет
Зачет состоит из ответов в устной форме на вопросы билета;
Зачет – 50 баллов
Общее количество баллов по дисциплине за текущий контроль и промежуточную аттестацию: $50+50=100$ баллов.

Соответствие баллов и оценок:

Для зачета:

56-100 – зачтено
0-55 – не зачтено

4. Оценочные средства, порядок их применения и критерии оценивания

4.1. Оценочные средства текущего контроля

4.1.1. Проверка практических навыков №1

4.1.1.1. Порядок проведения и процедура оценивания

Практические навыки проверяются путём выполнения обучающимися практических заданий в условиях, полностью или частично приближенных к условиям профессиональной деятельности. Проверяется знание теоретического материала, необходимое для правильного совершения необходимых действий, умение выстроить последовательность действий, практическое владение приёмами и методами решения профессиональных задач.

4.1.1.2 Критерий оценивания

Баллы в интервале 86-100% от максимальных ставятся, если обучающийся:

–Продемонстрирован высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.

Баллы в интервале 71-85% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Продемонстрирован средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.

Баллы в интервале 56-70% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.

Баллы в интервале 0-55% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Продемонстрирован неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам.

4.1.1.3. Содержание оценочного средства

Примерное задание:

Студентам необходимо подготовить концепцию проекта для продвижения. К ним можно относить товар, услугу, информационный ресурс или ПО. Презентация концепции должна включать в себя:

1. Подробное описание объекта продвижения
2. Уникальность объекта продвижения (УТП)
3. Описание целевой аудитории

Студентам предлагается создать макет посадочной страницы в рамках определенного на занятии бизнес-проекта с использованием необходимой для этого интернет-платформы.

4.1.2. Проверка практических навыков

4.1.2.1. Порядок проведения и процедура оценивания

Практические навыки проверяются путём выполнения обучающимися практических заданий в условиях, полностью или частично приближенных к условиям профессиональной деятельности. Проверяется знание теоретического материала, необходимое для правильного совершения необходимых действий, умение выстроить последовательность действий, практическое владение приёмами и методами решения профессиональных задач.

4.1.2.2 Критерии оценивания

Баллы в интервале 86-100% от максимальных ставятся, если обучающийся:

–Продемонстрирован высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.

Баллы в интервале 71-85% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Продемонстрирован средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.

Баллы в интервале 56-70% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.

Баллы в интервале 0-55% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Продемонстрирован неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам.

4.1.2.3. Содержание оценочного средства

Примерное задание:

Студенты должны сформировать семантическое ядро сайта, состоящее из 100 ключевых запросов. Рекомендуемое соотношение запросов по частотности:

Высокочастотные 10-15%

Среднечастотные 20-40%

Низкочастотные 45-70%

Для выполнения задания рекомендуется воспользоваться сервисом

<https://wordstat.yandex.ru/>

4.1.3 Творческое задание №1

4.1.3.1. Порядок проведения и процедура оценивания

Творческое задание - одна из форм самостоятельной работы студентов, способствующая углублению знаний, выработке устойчивых навыков самостоятельной работы. Студенту целесообразно выделить в рамках выбранной темы проблемную зону, постараться самостоятельно ее изучить и творчески подойти к результатам представления полученных результатов. Вычленить «рациональное зерно» помогут статистические, справочные и специализированные источники информации (данные социологических исследований), интернет-источники, сайт компаний. Оформить задание либо в виде презентации (в любой программе подготовки презентации).

Задание индивидуальное, выполняется дома. Во время практического занятия студент демонстрирует презентацию, отвечает на вопросы аудитории. Отводимое время на демонстрацию – 10-15 минут.

4.1.3.2. Критерии оценивания

Баллы в интервале 86-100% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

Баллы в интервале 71-85% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостояльному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Баллы в интервале 56-70% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Баллы в интервале 0-55% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

4.1.3.3. Содержание оценочного средства

Примерное задание:

На основе отобранных ключевых слов (среднечастотные и низкочастотные), студентам необходимо подготовить текстовые материалы с учетом требований поисковых систем. Рекомендуется использовать принципы составления текста согласно правилам LSI-копирайтинга. Для каждого раздела сайта необходимо выделить свой набор ключевых слов и использовать их в тексте. Текстовые материалы необходимо разместить в проекте интернет-сайта бизнес-проекта.

Форма отчета: презентация в Microsoft Power Point/ страница HTML

4.1.4. Проверка практических навыков №2

4.1.4.1. Порядок проведения и процедура оценивания

Практические навыки проверяются путём выполнения обучающимися практических заданий в условиях, полностью или частично приближенных к условиям профессиональной деятельности. Проверяется знание теоретического материала, необходимое для правильного совершения необходимых действий, умение выстроить последовательность действий, практическое владение приёмами и методами решения профессиональных задач.

4.1.4.2. Критерии оценивания

Баллы в интервале 86-100% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

Баллы в интервале 71-85% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Баллы в интервале 56-70% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Баллы в интервале 0-55% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

4.1.4.3. Содержание оценочного средства

Примерное задание:

На основе определенных ранее целевых аудиторий студентам необходимо создать объявление и настроить рекламную кампанию в сервисе контекстной рекламы Яндекс.Директ и Google.Adwords для произвольной страницы созданного сайта. Студентам необходимо спланировать бюджет для рекламных кампаний при определенном количестве переходов на сайт.

4.1.5. Творческое задание №3

4.1.5.1. Порядок проведения и процедура оценивания

Творческое задание - одна из форм самостоятельной работы студентов, способствующая углублению знаний, выработке устойчивых навыков самостоятельной работы. Студенту целесообразно выделить в рамках выбранной темы проблемную зону, постараться самостоятельно ее изучить и творчески подойти к результатам представления полученных результатов. Вычленить «рациональное зерно» помогут статистические, справочные и специализированные источники информации (данные социологических исследований), интернет-источники, сайт компаний. Оформить задание либо в виде презентации (в любой программе подготовки презентации).

Задание индивидуальное, выполняется дома. Во время практического занятия студент демонстрирует презентацию, отвечает на вопросы аудитории. Отводимое время на демонстрацию – 10-15 минут.

4.1.5.2. Критерии оценивания

Баллы в интервале 86-100% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

Баллы в интервале 71-85% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Баллы в интервале 56-70% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Баллы в интервале 0-55% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

4.1.5.3. Содержание оценочного средства

Примерное задание:

Студентам необходимо изучить инструменты, с помощью которых можно привлечь и удерживать посетителей на сайте. Каждому студенту необходимо подготовить доклад на темы:

Виды интернет рекламы.

Вирусная реклама.

Реклама в мобильных приложениях.

РСЯ и рекламная сеть Google.

Баннерная реклама.

Способы удержания аудитории на целевой странице.

Контент-маркетинг.

Формы захвата

Online-помощник. Pop-up и Push-уведомления. Call-back-формы.

4.1.6. Проверка практических навыков №3

4.1.6.1. Порядок проведения и процедура оценивания

Практические навыки проверяются путём выполнения обучающимися практических заданий в условиях, полностью или частично приближенных к условиям профессиональной деятельности. Проверяется знание теоретического материала, необходимое для правильного совершения необходимых действий, умение выстроить последовательность действий, практическое владение приёмами и методами решения профессиональных задач.

4.1.6.2. Критерии оценивания

Баллы в интервале 86-100% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

Баллы в интервале 71-85% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Баллы в интервале 56-70% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Баллы в интервале 0-55% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

4.1.6.3. Содержание оценочного средства

Примерное задание:

Студентам предлагается создать сообщество в любом социальном медиа на их выбор, сделать его текстографическое оформление. Необходимо составить контент-план для выбранного сообщества на месяц с указанием рубрик, частоты постинга, особых дат и мероприятий. В течение курса занятий необходимо вести данный аккаунт в социальных сетях и привлечь не менее 70 подписчиков не из числа данной группы студентов.

На основе определенных ранее целевых аудиторий студентам необходимо создать объявление (включая его графическую составляющую) и настроить рекламную кампанию в сервисе таргетированной рекламы Instagram или VK для произвольной страницы сайта. Отчет должен содержать критерии таргетинга, предположительную стоимость кампании и количество переходов на страницу.

4.1.7. Проверка практических навыков №4

4.1.7.1. Порядок проведения и процедура оценивания

Практические навыки проверяются путём выполнения обучающимися практических заданий в условиях, полностью или частично приближенных к условиям профессиональной деятельности. Проверяется знание теоретического материала, необходимое для правильного совершения необходимых действий, умение выстроить последовательность действий, практическое владение приёмами и методами решения профессиональных задач.

4.1.7.2. Критерии оценивания

Баллы в интервале 86-100% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

Баллы в интервале 71-85% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Баллы в интервале 56-70% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Баллы в интервале 0-55% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

4.1.7.3. Содержание оценочного средства

Примерное задание:

Согласно выбранному студентами бизнес-проекту, каждому обучающемуся необходимо составить текст с коммерческим предложением для последующей прямой рассылки целевой

аудитории. Студентам необходимо изучить возможные сервисы для массовой отправки сообщений и выбрать наиболее удобный для них, аргументировав свое решение.

4.1.8. Проверка практических навыков №5

4.1.8.1. Порядок проведения и процедура оценивания

Практические навыки проверяются путём выполнения обучающимися практических заданий в условиях, полностью или частично приближенных к условиям профессиональной деятельности. Проверяется знание теоретического материала, необходимое для правильного совершения необходимых действий, умение выстроить последовательность действий, практическое владение приёмами и методами решения профессиональных задач.

4.1.8.2. Критерии оценивания

Баллы в интервале 86-100% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой дисциплины, усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявил творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

Баллы в интервале 71-85% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил полное знание учебно-программного материала, успешно выполнил предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, рекомендованную программой дисциплины, показал систематический характер знаний по дисциплине и способен к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Баллы в интервале 56-70% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой дисциплины, допустил погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Баллы в интервале 0-55% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Обучающийся обнаружил значительные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий и не способен продолжить обучение или приступить по окончании университета к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

4.1.8.3. Содержание оценочного средства

Примерное задание:

Студентам необходимо изучить преимущества и недостатки online-опросов. Для этого каждому студенту нужно Подготовить анкету в Google forms для получения обратной связи по улучшению качества оказываемой согласно их бизнес-проекту услуги/производимого товара.

4.2. Оценочные средства промежуточной аттестации

4.2.1. Проект

4.2.1.1. Порядок проведения

Зачет проходит в форме защиты проекта, который студенты должны подготовить к дате проведения промежуточной аттестации. Проект является продолжением и логическим завершением выполненных в течение семестра творческих заданий.

Во время экзамена студенты должны презентовать свой проект (в любой программе подготовки презентации). Время на защиту проекта – 15 минут.

4.2.1.2. Критерии оценивания

Баллы в интервале 86-100% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Формулирует основные виды технических средств и информационно-коммуникационных технологий для продвижения контента в сети Интернет; основные этапы планирования, проведения рекламных и PR-кампаний, принципы контроля и оценки эффективности рекламных и PR-кампаний по продвижению проектов в сети Интернет; основные этапы выпуска продукции всех типов СМИ, системы оценки рейтинговых позиций медиапродуктов, методы контроля их соответствия тематической направленности. Способен использовать коммуникационные средства и технологии рекламы и PR в подготовке и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий по продвижению контента в Интернете, а также современные технические средства, коммуникационные средства рекламы и PR на всех этапах жизненного цикла интернет-проекта; разрабатывать концепции авторских медиапроектов, планировать и координировать деятельности подразделения по продвижению медиаконтента.

Владеет навыками создания контента и его продвижения в сети Интернет с помощью современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий, навыками организации и реализации рекламных и PR-кампаний по продвижению проектов в Интернете; навыками медиапроектирования, разработки и продвижения медиаконтента, способами аналитики эффективности и результативности работы по созданию и продвижению медиаконтента в сети Интернет.

Баллы в интервале 71-85% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Называет основные виды технических средств и информационно-коммуникационных технологий для продвижения контента в сети Интернет, основные этапы планирования, проведения рекламных и PR-кампаний, принципы контроля и оценки эффективности рекламных и PR-кампаний по продвижению проектов в сети Интернет; основные этапы выпуска продукции всех типов СМИ, системы оценки рейтинговых позиций медиапродуктов, методы контроля их соответствия тематической направленности. Иллюстрирует способности использования коммуникационных средств рекламы и PR в подготовке и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий по продвижению контента в Интернете на всех этапах жизненного цикла интернет-проекта; способности к разработке концепции авторских медиапроектов, планированию и координации деятельности подразделения по продвижению медиаконтента. Поясняет процесс создания контента и его продвижения в сети Интернет с помощью современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий, поясняет процесс организации и реализации рекламных и PR-кампаний по продвижению проектов в Интернете. Поясняет процесс медиапроектирования, разработки и продвижения медиаконтента, аналитики эффективности и результативности работы по созданию и продвижению медиаконтента в сети Интернет.

Баллы в интервале 56-70% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Называет содержание и сущность отдельных видов технических средств и информационно-коммуникационных технологий для продвижения контента в сети Интернет, содержание и сущность отдельных этапов планирования, проведения рекламных и PR-кампаний, принципы контроля и оценки эффективности рекламных и PR-кампаний по продвижению проектов в сети Интернет; содержание и сущность отдельных этапов выпуска продукции всех типов СМИ, системы оценки рейтинговых позиций медиапродуктов, методы контроля их соответствия тематической направленности. Называет коммуникационные средства рекламы и PR в подготовке и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий по продвижению контента в Интернете, современные технические средства, а также коммуникационные средства рекламы и PR на всех этапах жизненного цикла интернет-проекта. Описывает процесс

разработки концепции авторских медиапроектов, планирования и координации деятельности подразделения по продвижению медиаконтента. Называет отдельные этапы создания контента и его продвижения в сети Интернет с помощью современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий, отдельные этапы процесса организации и реализации рекламных и PR-кампаний по продвижению проектов в Интернете. Называет отдельные этапы процесса медиапроектирования, разработки и продвижения медиаконтента, аналитики эффективности и результативности работы по созданию и продвижению медиаконтента в сети Интернет.

Баллы в интервале 0-55% от максимальных ставятся, если обучающийся:

Не называет содержание и сущность основных видов технических средств и информационно-коммуникационных технологий для продвижения контента в сети Интернет, содержание и сущность основных этапов планирования, проведения рекламных и PR-кампаний, принципы контроля и оценки эффективности рекламных и PR-кампаний по продвижению проектов в сети Интернет; не называет содержание и сущность основных этапов выпуска продукции всех типов СМИ, системы оценки рейтинговых позиций медиапродуктов, методы контроля их соответствия тематической направленности. Неправильно описывает процесс использования коммуникационных средств рекламы и PR в подготовке и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий по продвижению контента в Интернете, а также процесс использования современных технических средств и коммуникационных средств рекламы и PR на всех этапах жизненного цикла интернет-проекта. Неправильно описывает процесс разработки концепции авторских медиапроектов, планирования и координации деятельности подразделения по продвижению медиаконтента. Не интерпретирует процесс создания контента и его продвижения в сети Интернет с помощью современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий, а также процесс организации и реализации рекламных и PR-кампаний по продвижению проектов в Интернете. Не интерпретирует процесс медиапроектирования, разработки и продвижения медиаконтента, аналитики эффективности и результативности работы по созданию и продвижению медиаконтента в сети Интернет.

4.2.1.3. Содержание оценочного средства

Примерное задание для подготовки зачетного проекта:

Студентам необходимо разработать проект рекламной/PR-кампании для продвижения их продукта в сети Интернет. Необходимо обозначить временные рамки, целевую аудиторию, перечень основных мероприятий, технических средств, площадок, информационно-коммуникационных технологий в рамках кампании с обоснованием необходимости их проведения, медиаплан кампании, контент-план, бюджет и ожидаемые результаты.

Форма презентации проекта – доклад с презентацией (в любой программе для презентаций).

*Приложение 2
к рабочей программе дисциплины
(модуля) Б1.О.08 Технологии
продвижения контента в интернете*

Перечень литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Направление подготовки: 42.04.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Новые медиа

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2026

ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Вартанова Е.Л., Основы медиабизнеса : учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. - Москва: Аспект Пресс, 2014. - 400 с. (Серия "Учебник нового поколения"). - ISBN 978-5-7567-0724-3 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707243.html> (дата обращения: 14.05.2022). - Режим доступа : по подписке.

2. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Кульчицкая Д. Ю. - Москва : Аспект Пресс, 2021. - 141 с. - ISBN 978-5-7567-1133-2. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756711332.html> (дата обращения: 14.05.2022). - Режим доступа : по подписке.

3. Шпаковский В.О., Интернет-журналистика и интернет-реклама: учебное пособие / Шпаковский В.О., Розенберг Н.В., Егорова Е.С. - Москва: Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с. - ISBN 978-5-9729-0202-6 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785972902026.html> (дата обращения: 14.05.2022). - Режим доступа : по подписке.

4. Лукина М.М., Интернет-СМИ: Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов / Под ред. М.М. Лукиной. - Москва: Аспект Пресс, 2013. - 348 с. - ISBN 978-5-7567-0542-3 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705423.html> (дата обращения: 14.05.2022). - Режим доступа : по подписке.

5. Эль-Бакри, Т. В. Продюсирование. Кино, телевидение и видеопроекты в Интернете : учебное пособие / Эль-Бакри Т. В. - Москва : Аспект Пресс, 2021. - 336 с. - ISBN 978-5-7567-1142-4. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756711424.html> (дата обращения: 14.05.2022). - Режим доступа : по подписке.

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Тимофеев, М. И. Маркетинг: учебное пособие / Тимофеев М.И., - 3-е изд. - М.:ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 223 с.: - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-369-00402-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/982633> (дата обращения: 14.05.2022). – Режим доступа: по подписке.

2. Алашкин, П. Всё о рекламе и продвижении в Интернете / Алашкин П. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 220 с. - ISBN 978-5-9614-1055-6. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961410556.html> (дата обращения: 14.05.2022). - Режим доступа : по подписке.

3. Назайкин Н.А., Эффективный рекламный текст в СМИ: монография / Назайкин Н.А. - Москва: Издательство Московского государственного университета, 2011. - 480 с. - ISBN 978-5-

211-06202-3 - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785211062023.html> (дата обращения: 14.05.2022). - Режим доступа : по подписке.

*Приложение 3
к рабочей программе дисциплины (модуля)
Б1.О.08 Технологии продвижения контента в интернете*

**Перечень информационных технологий, используемых для освоения дисциплины
(модуля), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных
систем**

Направление подготовки: 42.04.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Новые медиа

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Год начала обучения по образовательной программе: 2026

Освоение дисциплины (модуля) предполагает использование следующего программного обеспечения и информационно-справочных систем:

1. Операционная система Microsoft office professional plus 2010, или Microsoft Windows 7 Профессиональная, или Windows XP (Volume License)
2. Пакет офисного программного обеспечения Microsoft Office 365, или Microsoft office professional plus 2010
3. Adobe Reader XI или Adobe Acrobat Reader DC
4. Браузер Mozilla Firefox
5. Браузер Google Chrome
6. Kaspersky Endpoint Security для Windows
7. Электронно-библиотечная система Znanium.com <http://www.znanium.com>
8. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» <http://www.studmedlib.ru>
9. Электронная библиотечная система «Издательство «Лань» <http://e.lanbook.com/>
10. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека online» <http://biblioclub.ru>