

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кудинова Анна Васильевна

Должность: Заведующая кафедрой арт-бизнеса и рекламы

Дата подписания: 31.05.2022 14:18:05

Уникальный программный ключ:

1366bab9c8f00d1532456aee10adba81c71f5

Министерство культуры Российской Федерации


Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«КРАСНОДАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»

Факультет социально-культурной деятельности и туризма
Кафедра арт-бизнеса и рекламы

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой арт-бизнеса и рекламы

 А.В. Кудинова

«06» июня 2022 г. Пр. № 13

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.04.02 Интернет маркетинг

Направление подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки

Профиль подготовки Арт-бизнес и реклама

Форма обучения – очная, заочная

Краснодар
2022

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, утвержденным приказами Министерства образования и науки Российской Федерации по направлению подготовки 50.03.01 Искусства и гуманитарные науки (№ 532 от 08.06.2017).

Рецензенты:

Доцент, кандидат культурологии,
доцент кафедры социально-
культурной деятельности, ФГБОУ
ВО «Краснодарский
государственный институт
культуры»

Л.Н. Кондратьева

Доцент, кандидат экономических
наук, доцент кафедры отраслевого и
проектного менеджмента ФГБОУ
ВО «Кубанский государственный
технологический университет»

К.Н. Вицелярова

Составитель: кандидат философских наук, доцент кафедры арт-бизнеса и рекламы КГИК, А.Ю. Куликов

Рабочая программа учебной дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры арт-бизнес и реклама 06 июня 2022 г., протокол № 13.

Рабочая программа учебной дисциплины «Интернет маркетинг» одобрена и рекомендована к использованию в учебном процессе Учебно-методическим советом ФГБОУ ВО «КГИК» 26 августа 2022 г., протокол № 11.

© ФГБОУ ВО «КГИК», 2022
© Куликов А.Ю., 2022

Содержание

1. Цели и задачи освоения дисциплины	С.4
2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО	С. 4
3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины	С. 5
4. Структура и содержание и дисциплины	С.5
4.1. Структура дисциплины:	С.5
4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы	С. 7
5. Образовательные технологии	С. 12
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации:	С.14
6.1. Контроль освоения дисциплины	С.14
6.2. Оценочные средства	С. 14
7. Учебно-методическое и информационно обеспечение дисциплины	С.16
7.1. Основная литература	С.16
7.2. Дополнительная литература	С.17
7.3. Периодические издания	С. 17
7.4. Интернет-ресурсы	С. 18
7.5. Методические указания и материалы по видам занятий	С.18
7.6. Программное обеспечение	С. 21
8. Материально-техническое обеспечение дисциплины	С. 21
9. Дополнения и изменения к рабочей программе учебной дисциплины	С. 23

1 ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: формирование навыков использования современных информационных технологий и средств, позволяющих ориентироваться в вопросах получения, обработки и визуального оформления информации в сфере рекламной деятельности.

Задачи:

1. Формирование у студентов знаний, умений в сфере графических программ для создания рекламных продуктов.
2. Освоение студентами информационных технологий в сфере визуальных технологий в сети интернет и социальных сетей в интернет.

2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)»

Для освоения дисциплины «Интернетмаркетинг» необходимы знания, полученные в ходе изучения таких дисциплин, как: «Введение в информационные технологии», «Деловые коммуникации», «История рекламы», «Имиджеология», «Эвент-маркетинг», «Фото и видео продакшн», «Теория и практика арт-бизнеса и рекламы», «Web-разработка в арт-бизнесе и рекламе», «Практика графического дизайна», «Технологии презентации и визуализации данных», «Визуальные объекты массового восприятия», «Медиация и кураторская практика в арт-бизнесе», «Цифровизация креативных индустрий», «Современная массовая культура», «Социальное проектирование в арт-бизнесе и рекламе», «Социальная реклама», «Разработка визуального контента в рекламе и арт-бизнесе», «Разработка и технологии производства рекламного продукта».

Изучение дисциплины «Интернетмаркетинг» необходимо для последующего освоения знаний по дисциплинам: «Интернетреклама и SMM продвижение», «Брендинг и проектирование потребительской культуры», «Социальный брендинг», «Копирайтинг», «Креолизованные тексты», «Визуальные объекты массового восприятия», «Цифровизация креативных индустрий», «Современная массовая культура», «Цифровые коммуникации», «Исследования в арт-бизнесе и рекламе», «Проектирование в арт-бизнесе и рекламе», «Визуальные коммуникации в арт-бизнесе и рекламе»

3 ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С УСТАНОВЛЕННЫМИ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ ИНДИКАТОРАМИ ДОСТИЖЕНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

В результате освоения дисциплины обучающиеся должны демонстрировать следующие результаты

Компетенции	знает	умеет	владеет
Способен разрабатывать, создавать и продвигать рекламные продукты в рамках рекламной кампании в сфере арт-бизнеса (ПК-3)	- методы и принципы работы с информацией: поиск, анализ, структурирование, подача; - средства и формы эффективного визуального представления информации; - основы макетирования; технологии размещение рекламных объявлений в социальных сетях	- работать с информацией; - эффективно использовать средства визуального представления информации; - создавать анимационные и интерактивные фильмы; - осуществлять монтаж видео и звука	- опытом макетирования и подготовки к печати в программе Adobe InDesign; - технологиями настройки рекламы на различных интернет-серверах.
Способен управлять знаниями, проводить прикладные научные исследования и использовать их результаты в арт-бизнесе и рекламе (ПК-4)	-принципы управления прикладными исследованиями в сфере арт-бизнеса и рекламы	- у п р а в л я т ь прикладными исследованиями в сфере арт-бизнеса и рекламы	-методологией и технологиями управления использованием результатов прикладных исследований в сфере арт-бизнеса и рекламы

4 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единицы (216 часов). Дисциплина реализуется в 5,6 семестрах. Вид итогового контроля – зачет в 5 семестре, экзамен в 6 семестре.

По очной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	К	СР	
1	Виды Интернет-рекламы. Верстка дизайн-продукции в Интернет-рекламе	5	14	14	2	24	проверка и обсуждение заданий по лабораторным занятиям

2	Основы создания анимации в сфере рекламы и принципы работы Adobe Flash	5	14	14	2	24	проверка и обсуждение заданий по лабораторным занятиям, зачет
Итого			28	28	4	48	Зачет (108/3)
3	Работа с рекламной информацией, визуальное представление информации	6	14	14	14	13	проверка и обсуждение заданий по лабораторным занятиям
4	SMM- продвижение, создание визуального контента в Интернет-рекламе	6	14	14	13	12	проверка и обсуждение заданий по лабораторным занятиям, зачет
Итого			28	28	27	25	Экзамен (108/3)
Всего			56	56	31	73	216/6

По заочной форме обучения

№ п/п	Раздел дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	К	СР	
1	Виды Интернет-рекламы. Верстка дизайн-продукции в Интернет-рекламе	5	3	3		48	проверка и обсуждение заданий по лабораторным занятиям
2	Основы создания анимации в сфере рекламы и принципы работы Adobe Flash	5	3	3		48	проверка и обсуждение заданий по лабораторным занятиям, зачет
Итого			6	6		96	Зачет (108/3)
3	Работа с рекламной информацией, визуальное представление информации	6	3	3		48	проверка и обсуждение заданий по лабораторным занятиям
4	SMM- продвижение, создание визуального контента в Интернет-рекламе	6	3	3		48	проверка и обсуждение заданий по лабораторным занятиям, зачет
Итого			6	6		96	Экзамен (108/3)
Всего			12	12		192	216/6

4.2. Тематический план освоения дисциплины по видам учебной деятельности и виды самостоятельной (внеаудиторной) работы

По очной форме обучения

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов):лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов / з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
5 семестр			
Раздел 1.Виды Интернет-рекламы. Верстка дизайн-продукции в Интернет-рекламе			
Тема 1.1 Виды Интернет-рекламы. Верстка дизайн-продукции в Интернет-рекламе.	Лекции: Классификация видов и форм Интернет-рекламы.Системыверстки Adobe InDesign, Adobe PageMaker, Quark Xpress. Преимущества и недостатки, возможности в сфере допечатной подготовки и верстки.	14/0,4	ПК-3 ПК-4
	Практические занятия (семинары): Вопросы: 1. 1.Классификация видов и форм Интернет-рекламы. 2. Системы верстки 3. Быстрое управление интерфейсом 4. Быстрая настройка параметров текста. 5. Работа с палитрами. 6. Работа с шаблонами и графикой.	14/0,4	
	Самостоятельная работа: отработка навыков, полученных на практических и лабораторных занятиях, подготовка заданий, выполненных по шаблонам	24/0,7	
Раздел 2. Основы создания анимации и принципы работы в Adobe Flash в сфере рекламы.			
Тема 2.1. Рабочие процессы и элементы рабочего пространства программы Adobe Flash.	Лекции: понятие и типы символов в среде Flash. Рабочие процессы и элементы рабочего пространства программы Adobe Flash. Инструменты создания графических объектов. Группировка,позиционирование, порядок размещения объектов. Создание и редактирование иллюстраций, режимы рисования.	8/0,2	ПК-3 ПК-4

	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рабочие процессы и элементы рабочего пространства программы Adobe Flash 2. Инструменты создания графических объектов 3. Группировка, позиционирование, порядок размещения объектов 4. Создание и редактирование иллюстраций, режимы рисования. 	8/0,2	ПК-3 ПК-4
	<u>Самостоятельная работа:</u> отработка навыков, полученных на лабораторных и практических занятиях, выполнение заданий	12/0,3	
<u>Тема 2.2.</u> Понятие анимации и других характеристик рекламного фильма.	<u>Лекции:</u> типы анимации, покадрирование, анимация формы, технология создания анимационных фильмов	6/0,2	
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие кадра, частоты кадров, использование шкалы времени для создания анимации. 2. Анимирование маски. 3. Инструмент «Кость». 4. Создание символов типа «кнопка» и «клип» 	6/0,2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> отработка навыков, полученных на практических и лабораторных занятиях, выполнение задания	12/0,3	
Контроль		4/0,1	
Итого:		108/3	
Раздел 3. Работа с рекламной информацией, визуальное представление информации			
6 семестр			
<u>Тема 3.1</u> Средства поиска рекламной информации в Интернете.	<u>Лекции:</u> понятие, компоненты, виды и принципы работы в информационно-поисковой системе.	14/0,4	ПК-3 ПК-4
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> <ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности поиска информации с использование поисковой системы Google 2. Особенности поиска информации с использование поисковой системы Яндекс 3. Особенности поиска информации с использование поисковой системы Yahoo 	14/0,4	
	<u>Самостоятельная работа:</u> отработка навыков, полученных на практических и лабораторных занятиях.	13/0,4	
Раздел 4.SMM- продвижение, создание визуального контента в Интернет-рекламе			
<u>Тема 4.1.</u>	<u>Лекции:</u> основные виды и направления	8/0,2	ПК-3

Контент-маркетинг для соцмедиа	контента для различных соцсетей. Варианты взаимодействия с контентом Ошибки контент-маркетинга		ПК-4
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Разработка бренд-платформы и контент-стратегии	8/0,2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 1. Основные виды и направления контента для различных соцсетей. 2. Варианты взаимодействия с контентом. 3. Разработка бренд-платформы и контент-стратегии	6/0,2	
Тема 4.2 Продвижение и реклама во «ВКонтакте» и в Facebook	<u>Лекции:</u> Основные виды и направления контента для различных соц. сетей. Варианты взаимодействия с контентом Ошибки контент-маркетинга	6/0,2	ПК-3 ПК-4
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1)Таргетированная реклама в Facebook: принципы и инструменты 2)Таргетированная реклама "ВКонтакте": принципы и инструменты	6/0,2	
	<u>Самостоятельная работа:</u> подготовка к семинару	6/0,2	
Контроль		27/0,8	
Вид итогового контроля		Экзамен	
Итого		108/3	
ВСЕГО:		216/6	

По заочной форме обучения (4 семестр)

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала (темы, перечень раскрываемых вопросов): лекции, практические занятия (семинары), индивидуальные занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов / з.е.	Формируемые компетенции (по теме)
1	2	3	4
5 семестр			
Раздел 1. Виды Интернет-рекламы. Верстка дизайн-продукции в Интернет-рекламе			
Тема 1.1 Виды Интернет-рекламы. Верстка дизайн-продукции в Интернет-рекламе.	<u>Лекции:</u> Классификация видов и форм Интернет-рекламы. Системы верстки Adobe InDesign, Adobe PageMaker, Quark Xpress. Преимущества и недостатки, возможности в сфере допечатной подготовки и верстки.	1/0,03	ПК-3 ПК-4

	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> <ol style="list-style-type: none"> 1.Классификация видов и форм Интернет-рекламы. Системы верстки Быстрое управление интерфейсом Быстрая настройка параметров текста. Работа с палитрами. Работа с шаблонами и графикой. 	1/0,03	
	<u>Самостоятельная работа:</u> отработка навыков, полученных на практических и лабораторных занятиях, подготовка заданий, выполненных по шаблонам	16/0,4	
Раздел 2. Основы создания анимации и принципы работы в Adobe Flash в сфере рекламы.			
<u>Тема 2.1.</u> Рабочие процессы и элементы рабочего пространства программы Adobe Flash.	<u>Лекции:</u> понятие и типы символов в среде Flash. Рабочие процессы и элементы рабочего пространства программы Adobe Flash. Инструменты создания графических объектов. Группировка,позиционирование, порядок размещения объектов. Создание и редактирование иллюстраций, режимы рисования.	1/0,03	ПК-3 ПК-4
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> <ol style="list-style-type: none"> Рабочие процессы и элементы рабочего пространства программы Adobe Flash Инструменты создания графических объектов Группировка, позиционирование, порядок размещения объектов Создание и редактирование иллюстраций, режимы рисования. 	1/0,03	
	<u>Самостоятельная работа:</u> отработка навыков, полученных на лабораторных и практических занятиях, выполнение заданий	16/0,4	
<u>Тема 2.2.</u> Понятие анимации и других характеристик рекламного фильма.	<u>Лекции:</u> типы анимации, покадрирование, анимация формы, технология создания анимационных фильмов	1/0,03	ПК-3 ПК-4
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> <ol style="list-style-type: none"> Понятие кадра, частоты кадров, использование шкалы времени для создания анимации. Анимирование маски. Инструмент «Кость». 	1/0,03	

	8. Создание символов типа «кнопка» и «клип»		
	<u>Самостоятельная работа:</u> отработка навыков, полученных на практических и лабораторных занятиях, выполнение задания	16/0,4	
Итого:		108/3	
Раздел 3. Работа с рекламной информацией, визуальное представление информации			
6 семестр			
<u>Тема 3.1</u> Средства поиска рекламной информации в Интернете.	<u>Лекции:</u> понятие, компоненты, виды и принципы работы в информационно-поисковой системе.	1/0,03	ПК-3 ПК-4
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1. Особенности поиска информации с использование поисковой системы Google 2. Особенности поиска информации с использование поисковой системы Яндекс 3. Особенности поиска информации с использование поисковой системы Yahoo	1/0,03	
	<u>Самостоятельная работа:</u> отработка навыков, полученных на практических и лабораторных занятиях.	16/0,4	
Раздел 4.SMM- продвижение, создание визуального контента в Интернет-рекламе			
<u>Тема 4.1.</u> Контент-маркетинг для соцмедиа	<u>Лекции:</u> основные виды и направления контента для различных соцсетей. Варианты взаимодействия с контентом Ошибки контент-маркетинга	1/0,03	ПК-3 ПК-4
	<u>Практические занятия (семинары)</u> Разработка бренд-платформы и контент-стратегии	1/0,03	
	<u>Самостоятельная работа:</u> работа с литературой и Интернет-ресурсами по вопросам: 4. Основные виды и направления контента для различных соцсетей. 5. Варианты взаимодействия с контентом. 6. Разработка бренд-платформы и контент-стратегии	16/0,4	
<u>Тема 4.2</u> Продвижение и реклама во «ВКонтакте» и в Facebook	<u>Лекции:</u> Основные виды и направления контента для различных соц. сетей. Варианты взаимодействия с контентом Ошибки контент-маркетинга	1/0,03	ПК-3 ПК-4
	<u>Практические занятия (семинары):</u> <u>Вопросы:</u> 1)Таргетированная реклама в Facebook: принципы и инструменты	1/0,03	

	2)Таргетированная реклама "ВКонтакте": принципы и инструменты		
	<u>Самостоятельная работа</u> : подготовка к семинару	16/0,4	
Вид итогового контроля		Экзамен	
Итого		108/3	
ВСЕГО:		216/6	

5 ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе изучения дисциплины используются следующие образовательные технологии:

– лекционные занятия: проблемные и интерактивные лекции, лекция-визуализация, лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция-анализ ситуаций;

– практические занятия: тематические семинары, проблемные семинары, формы «коллективной мыслительной деятельности», тестирование по темам курса; работа в малых группах; дискуссия; метод проектов.

– самостоятельная работа: обязательная самостоятельная работа студента по заданию преподавателя, выполняемая во внеаудиторное время.

Удельный вес занятий, проводимых в интерактивных формах, составляет не менее 50% от аудиторных занятий.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки, реализация компетентного подхода в изучении данной дисциплины предусматривает использование в учебном процессе таких активных и интерактивных форм проведения практических занятий как: дискуссия, метод «мозгового штурма»).

Дискуссия. Учебные дискуссии представляют собой такую форму познавательной деятельности обучающихся, в которой субъекты образовательного процесса упорядоченно и целенаправленно обмениваются своими мнениями, идеями, суждениями по обсуждаемой учебной проблеме. Дискуссия делает возможным использовать элементы педагогики сотрудничества по типу «обучающий – обучающийся» и «обучающийся – обучающийся», в которой стираются противоположности между позициями обучающего и обучающихся, а кругозор участников образовательного процесса становится общим достоянием.

Во время дискуссии формируются следующие компетенции: коммуникативные (умения общаться, формулировать и задавать вопросы, отстаивать свою точку зрения, уважение и принятие собеседника и др.), способности к анализу и синтезу, брать на себя ответственность, выявлять проблемы и решать их, умения отстаивать свою точку зрения, т.е. навыки социального общения и др.

«Мозговой штурм» является эффективным методом стимулирования познавательной активности, формирования творческих умений обучающихся как в малых, так и в больших группах. Метод мозгового штурма направлен

на генерирование идей по решению проблемы, основан на процессе совместного разрешения поставленных в ходе организованной дискуссии проблемных задач. Задание может содержать профессионально значимый или междисциплинарный вопрос. При этом все идеи и предложения, высказываемые участниками группы, должны фиксироваться на доске, чтобы затем их можно было проанализировать и обобщить. Дух соревновательности активизирует мыслительную деятельность обучающихся.

Метод «мозгового штурма» позволяет вовлекать в активную деятельность максимальное число обучающихся. Применение данного метода возможно на различных этапах занятия: для введения новых знаний, промежуточного контроля качества усвоения знаний, закрепления приобретённых знаний (на обобщающем занятии по конкретной теме курса).

Условия реализации программы для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Специфика получаемой направленности (профиля) образовательной программы предполагает возможность обучения следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- ~ с ограничением двигательных функций;
- ~ с нарушениями слуха;
- ~ с нарушениями зрения.

Организация образовательного процесса обеспечивает возможность беспрепятственного доступа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и (или) инвалидов в учебные аудитории и другие помещения, для этого имеются пандусы, поручни, лифты и расширенные дверные проемы.

В учебных аудиториях и лабораториях имеется возможность оборудовать места для студентов-инвалидов с различными видами нарушения здоровья, в том числе опорно-двигательного аппарата и слуха. Освещенность учебных мест устанавливается в соответствии с положениями СНиП 23-05-95 «Естественное и искусственное освещения». Все предметы, необходимые для учебного процесса, располагаются в зоне максимальной досягаемости вытянутых рук.

Помещения предусматривают учебные места для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, имеющих сердечно-сосудистые заболевания, они оборудованы солнцезащитными устройствами (жалюзи), в них имеется система климат-контроля.

По необходимости для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатываются индивидуальные учебные планы и индивидуальные графики, обучающиеся обеспечиваются печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Для успешного освоения дисциплины применяются различные образовательные технологии, которые обеспечивают достижение планируемых

результатов обучения согласно ОПОП.

6 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6.1 Контроль освоения дисциплины

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный институт культуры». Программой дисциплины в целях проверки прочности усвоения материала предусматривается проведение различных форм контроля.

Текущий контроль успеваемости студентов по дисциплине производится в следующих формах:

- результаты лабораторных работ
- устный опрос

Рубежный контроль предусматривает оценку знаний, умений и навыков студентов по пройденному материалу по данной дисциплине на основе текущих оценок, полученных ими на занятиях за все виды работ. В ходе рубежного контроля используются следующие методы оценки знаний:

- устный опрос
- оценка самостоятельно выполненных заданий по отработке навыков полученных на практических занятиях

Промежуточный контроль по результатам семестров по дисциплине проходит в форме зачета и экзамена.

6.2 Оценочные средства

6.2.1 Примеры тестовых заданий – не предусмотрено

6.2.2 Контрольные вопросы для проведения текущего контроля

1. Охарактеризуйте систему верстки Adobe InDesign
2. Перечислите инструменты создания графических объектов.
3. Дайте сравнительную характеристику комфортному, акцентному и нелинейному видеомонтажей.
4. Перечислите программы, предназначенные для монтажа цифрового видео.
5. Какие типы файлов используются при монтаже звукового сопровождения?
6. Инструменты создания графических объектов.
7. Перечислите системы верстки.
8. Типы анимации
9. Форматы звуковых и видеофайлов.

6.2.3. Тематика эссе (рефераты, презентации не предусмотрены)

1. Особенности поиска информации в поисковой системе Google.
2. Особенности поиска информации в поисковой системе Яндекс.
3. Особенности поиска информации в поисковой системе Yahoo.

6.2.4. Вопросы к зачету по дисциплине

1. Системы верстки.
2. Возможности, преимущества и недостатки Adobe InDesign.
3. Возможности, преимущества и недостатки PageMaker
4. Возможности, преимущества и недостатки QuarkXpress.
5. Основные понятия и типы символов в среде Flash.
6. Инструменты создания графических объектов
7. Группировка, позиционирование, порядок размещения объектов.
8. Анимирование маски.
9. Возможности инструмента «Кисть».
10. Принципы создания символов типа «кнопка» и «клип».
11. Акцентный видеомонтаж.
12. Анимация формы.
13. Виды ИМС.
14. Группировка, позиционирование, порядок размещения объектов Flash.
15. Звуковое сопровождение видеоряда.
16. Инструменты создания графических объектов.
17. Использование шкалы времени.
18. Комфортный видеомонтаж.
19. Нелинейный видеомонтаж.

6.2.5. Вопросы к экзамену по дисциплине

1. Особенности поиска информации с использованием поисковой системы Google
2. Особенности поиска информации с использованием поисковой системы Яндекс
3. Особенности поиска информации с использованием поисковой системы Yahoo
4. Основные виды и направления контента для различных соцсетей.
5. Варианты взаимодействия с контентом.
6. Разработка бренд-платформы и контент-стратегии
7. Покадровое.
8. Понятие и возникновение монтажа.
9. Понятие и типы символов Flash.
10. Понятие, компоненты ИМС (информационно-поисковой системы).
11. Принципы работы в поисковых системах.
12. Программы, предназначенные для монтажа цифрового видео.

13. Система верстки Adobe InDesign.
14. Система верстки Adobe PageMaker.
15. Система верстки QuarkXpress.
16. Технология создания анимационных фильмов. Типы анимации
17. Форматы звуковых и видеофайлов.
18. Таргетированная реклама «ВКонтакте»: принципы и инструменты

6.2.6. Примерная тематика курсовых работ. Курсовые работы учебным планом не предусмотрены

7 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1 Основная литература

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник / М. В. Акулич. – 2-е изд., пересм. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 346 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684274> (дата обращения: 20.09.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04250-8. – Текст : электронный.
2. Калугян, К. Х. Информационные технологии : учебное пособие : [16+] / К. Х. Калугян ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2020. – 84 с. : ил., табл., схем., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=614954> (дата обращения: 19.09.2022). – Библиогр.: с. 72-75. – ISBN 978-5-7972-2751-9. – Текст : электронный.
3. Колокольникова, А. И. Информатика: расчетно-графические работы : учебное пособие : [16+] / А. И. Колокольникова. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 345 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611664> (дата обращения: 19.09.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1990-8. – DOI 10.23681/611664. – Текст : электронный.
4. Колокольникова, А. И. Информатика : учебное пособие : [16+] / А. И. Колокольникова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 290 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=596690> (дата обращения: 19.09.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1266-4. – DOI 10.23681/596690. – Текст : электронный.
5. Степаненко, Е. В. Информатика: учебное электронное издание : учебное пособие / Е. В. Степаненко, И. Т. Степаненко, Е. А. Нивина ; Тамбовский государственный технический университет. – Тамбов : Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2018. – 104

с. : табл., схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570539> (дата обращения: 19.09.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8265-1867-0. – Текст : электронный.

6. Шандриков, А. С. Информационные технологии : учебное пособие : [16+] / А. С. Шандриков. – 3-е изд., стер. – Минск : РИПО, 2019. – 445 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463339> (дата обращения: 19.09.2022). – Библиогр.: с. 426-430. – ISBN 978-985-503-887-1. – Текст : электронный.

7.2 Дополнительная литература

1. Балдин, К. В. Информационные системы в экономике : учебник / К. В. Балдин, В. Б. Уткин. – 9-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 395 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684194> (дата обращения: 20.09.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04038-2. – Текст : электронный.

2. Беликова, С. А. Основы HTML и CSS: проектирование и дизайн веб-сайтов: учебное пособие по курсу «Web-разработка» : [16+] / С. А. Беликова, А. Н. Беликов ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2020. – 176 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598663> (дата обращения: 20.09.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9275-3435-7. – Текст : электронный.

3. Литвин, Ю. И. Проектный менеджмент: теория и практика: учебное пособие и практикум для бакалавриата : [16+] / Ю. И. Литвин, И. Ю. Литвин, Р. Р. Харисова. – Москва : Прометей, 2020. – 241 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576053> (дата обращения: 20.09.2022). – Библиогр.: с. 234- 239. – ISBN 978-5-907166-99-8. – Текст : электронный.

4. Проскуряков, А. В. Компьютерные сети: основы построения компьютерных сетей и телекоммуникаций : учебное пособие : [16+] / А. В. Проскуряков. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Южный федеральный университет, 2018. – 202 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=561238> (дата обращения: 20.09.2022). – Библиогр.: с. 195-196. – ISBN 978-5-9275-2792-2. – Текст : электронный.

5. Сети и телекоммуникации [Текст] : учеб. и практикум для академического бакалавриата [гриф УМО] / под ред. К.Е. Самуйлова, И.А. Шалимова, Д.С. Кулябова; РУДН. - М. : Юрайт, 2017. - 363 с. - (Бакалавр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-03113-3 : 1117.00.

6. Тесля, Е. В. Отраслевые информационные ресурсы : учебное пособие :

[12+] / Е. В. Тесля ; предисл. Г. М. Вихревой. – 2 изд., доп. – Москва : Директ-Медиа, 2022. – 116 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=682400> (дата обращения: 19.09.2022). – Библиогр.: с. 84-88. – ISBN 978-5-4499-2800-9. – Текст : электронный.

7.3. Периодические издания

1. Реклама. Теория и практика
2. Рекламные Технологии

7.4. Интернет-ресурсы

URL: <http://www.Advertology.ru>;

URL: <http://www.Sostav.ru>

7.5 Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей, составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре (конференции), подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.

- для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, выполнение чертежей, схем, выполнение расчетов (графических работ), решение ситуационных (профессиональных)

задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, опытно-экспериментальная работа, рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Виды внеаудиторной СРС: подготовка и написание рефератов, эссе, создание презентаций и других письменных работ на заданные темы, выполнение домашних заданий разнообразного характера. Это - решение задач; перевод и пересказ текстов; подбор и изучение литературных источников; разработка и составление различных схем; выполнение графических работ; проведение расчетов и др.; выполнение индивидуальных заданий, направленных на развитие у студентов самостоятельности и инициативы. Индивидуальное задание может получать как каждый студент, так и часть студентов группы; подготовка к участию в научно-теоретических конференциях, смотрах, олимпиадах и др.

Аудиторная самостоятельная работа может реализовываться при проведении практических занятий, семинаров, выполнении лабораторного практикума и во время чтения лекций.

Результативность самостоятельной работы студентов во многом определяется наличием активных методов ее контроля. Существуют следующие виды контроля:

- входной контроль знаний и умений студентов при начале изучения очередной дисциплины;
- текущий контроль, то есть регулярное отслеживание уровня усвоения материала на лекциях, практических и лабораторных занятиях;
- промежуточный контроль по окончании изучения раздела или модуля курса;
- самоконтроль, осуществляемый студентом в процессе изучения дисциплины при подготовке к контрольным мероприятиям;
- итоговый контроль по дисциплине в виде зачета или экзамена;
- контроль остаточных знаний и умений спустя определенное время после завершения изучения дисциплины.

Методические указания для подготовки к семинарским занятиям

Семинарские занятия проводятся в форме дискуссии, на которых проходит обсуждение конкретных экономических ситуаций. Обсуждения направлены на освоение научных основ, эффективных методов и приемов

решения конкретных практических задач, на развитие способностей к творческому использованию получаемых знаний и навыков.

Основная цель проведения семинара заключается в закреплении знаний полученных в ходе прослушивания лекционного материала.

Семинар проводится в форме устного опроса студентов по вопросам семинарских занятий, а также в виде решения практических задач или моделирования практической ситуации.

В ходе подготовки к семинару студенту следует просмотреть материалы лекции, а затем начать изучение учебной литературы. Следует знать, что освещение того или иного вопроса в литературе часто является личным мнением автора, построенного на анализе различных источников, поэтому следует не ограничиваться одним учебником или монографией, а рассмотреть как можно больше материала по интересующей теме.

Обязательным условием подготовки к семинару является изучение нормативной базы. Для этого следует обратиться к любой правовой системе сети Интернет. В данном вопросе не следует полагаться на книги, так как законодательство претерпевает постоянные изменения и в учебниках и учебных пособиях могут находиться устаревшие данные.

В ходе самостоятельной работы студенту для необходимы отслеживать научные статьи в специализированных изданиях, а также изучать статистические материалы, соответствующей каждой теме.

Студенту рекомендуется следующая схема подготовки к семинарскому занятию:

1. Проработать конспект лекций;
2. Прочитать основную и дополнительную литературу, рекомендованную по изучаемому разделу;
3. Ответить на вопросы плана семинарского занятия;
4. Выполнить домашнее задание;
5. Проработать тестовые задания и задачи;
6. При затруднениях сформулировать вопросы к преподавателю.

При подготовке к семинарским занятиям следует руководствоваться указаниями и рекомендациями преподавателя, использовать основную литературу из представленного им списка. Для наиболее глубокого освоения дисциплины рекомендуется изучать литературу, обозначенную как «дополнительная» в представленном списке.

При подготовке доклада на семинарское занятие желательно заранее обсудить с преподавателем перечень используемой литературы, за день до семинарского занятия предупредить о необходимых для предоставления материала технических средствах, напечатанный текст доклада предоставить преподавателю.

Методические указания к анализу кейсов – практических ситуаций

Кейс(в переводе с англ. - случай) представляет собой проблемную ситуацию, предлагаемую студентам в качестве задачи для анализа и поиска решения.

Обычно кейс содержит схематическое словесное описание ситуации, статистические данные, а также мнения и суждения о ситуациях, которые трудно предсказать или измерить. Кейс, охватывает такие виды речевой деятельности как чтение, говорение и письмо.

Кейсы наглядно демонстрируют, как на практике применяется теоретический материал. Данный материал необходим для обсуждения предлагаемых тем, направленных на развитие навыков общения и повышения профессиональной компетенции.

Зачастую в кейсах нет ясного решения проблемы и достаточного количества информации.

Типы кейсов:

- *Структурированный (highlystructured) кейс*, в котором дается минимальное количество дополнительной информации.
- *Маленькие наброски (shortvignettes)* содержащие, как правило, 1-10 страниц текста.
- *Большие неструктурированные кейсы (longunstructuredcases)* объемом до 50 страниц.

Способы организации разбора кейса:

- ведет преподаватель;
- ведет студент;
- группы студентов представляют свои варианты решения;
- письменная домашняя работа.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда принципов: используйте знания, полученные в процессе лекционного курса, внимательно читайте кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопитесь с выводами, не смешивайте предположения с фактами.

Анализ кейса должен осуществляться в определенной последовательности:

1. Выделение проблемы.
2. Поиск фактов по данной проблеме.
3. Рассмотрение альтернативных решений.
4. Выбор обоснованного решения.

При проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему, – краткость.

7.6 Программное обеспечение

Преподавание дисциплин обеспечивается следующими программными продуктами: операционные системы – WindowsXP, Windows 7; пакет прикладных программ MSOffice 2007;

8 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Преподавание дисциплины в вузе обеспечено наличием аудиторий (в том числе оборудованных проекционной техникой) для всех видов занятий.

Действуют компьютерные классы с лицензионным программным обеспечением. Имеются рабочие места с выходом в Интернет для самостоятельной работы.

Все компьютерные классы подключены к локальной сети вуза и имеют выход в интернет, в наличии стационарное мультимедийное оборудование (проектор+ экран) в аудиториях 276,282,116,239, возможно проведение занятий на базе музея вуза (тачпанель, экран, проектор).

Обучающиеся пользуются

- вузовской библиотекой с электронным читальным залом;
- учебниками и учебными пособиями;
- аудио и видео материалами.

Все помещения соответствуют требованиям санитарного и противопожарного надзора

**Дополнения и изменения
к рабочей программе учебной дисциплины (модуля)**

на 20__-20__ уч. год

В рабочую программу учебной дисциплины вносятся следующие изменения:

_____	;
_____	;
_____	;
_____	;
_____	;
_____	;
_____	;

Дополнения и изменения к рабочей программе рассмотрены и рекомендованы
на заседании кафедры _____

(наименование)

Протокол № ____ от « ____ » _____ 20__ г.

Исполнитель(и):

_____ / _____ / _____ / _____
(должность) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)
_____ / _____ / _____ / _____
(должность) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)

Заведующий кафедрой

_____ / _____ / _____ / _____
(наименование кафедры) (подпись) (Ф.И.О.) (дата)