

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования



**Пермский национальный исследовательский
политехнический университет**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной
деятельности

 А.Б. Петроченков

« 20 » марта 20 23 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина: Информационные технологии в рекламе и связях с
общественностью

(наименование)

Форма обучения: очная

(очная/очно-заочная/заочная)

Уровень высшего образования: бакалавриат

(бакалавриат/специалитет/магистратура)

Общая трудоёмкость: 252 (7)

(часы (ЗЕ))

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления)

Направленность: Реклама и связи с общественностью (общий профиль, СУОС)

(наименование образовательной программы)

Пермь 2023

1. Общие положения

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины — формирование способности создавать и редактировать информационные материалы для сайта, вести новостные ленты и представительства в социальных сетях (ПК-2.1.), анализировать информационные потребности посетителей сайта (ПК-2.2.).

Задачи дисциплины:

формирование знаний:

- основ внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок);
- технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте.
- терминологию и ключевые параметры веб-статистики;
- основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов;
- популярные сервисы для сбора веб-статистики.

формирование умений:

- владеть текстовым редактором;
- составлять краткие и развернутые тексты объявлений для размещения на сайте, в социальных сетях, форумах и на тематических порталах; писать аннотации к событиям и новостям;
- размещать новости на сайте и в социальных сетях, контролировать правильность работы RSS-каналов и механизмов кросспостинга;
- работать с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами.
- пользоваться сервисами для оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта;
- пользоваться функциями CMS и социальных сетей для оценки посещаемости.

формирование навыков:

- поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов;
- ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте;
- выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом.
- анализа посещаемости ресурса, наиболее популярных страниц, обобщенных характеристик аудитории сайта;
- оценки эффективности работы сайта.

1.2. Изучаемые объекты дисциплины

- Социальные медиа
- Digital-стратегия
- Контент-план
- Таргетированная реклама
- Веб-аналитика

1.3. Входные требования

Требования к предметным результатам освоения курсов «Введение в специальность», «Основы рекламной коммуникации», «Теория и практика связей с общественностью» основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль Связи с общественностью и реклама.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-2.1	ИД-1ПК-2.1	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> - основ внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок); - технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте. 	<p>Знает принципы копирайтинга и рерайта; на высоком уровне русский язык (орфографию, пунктуацию, стилистику); законодательство Российской Федерации в области интеллектуальной собственности, правила использования информационных материалов в Интернет; основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок); технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте.</p>	Контрольная работа
ПК-2.1	ИД-2ПК-2.1	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - владеть текстовым редактором; - составлять краткие и развернутые тексты объявлений для размещения на сайте, в социальных сетях, форумах и на тематических порталах; писать аннотации к событиям и новостям; 	<p>Умеет писать тексты литературным, техническим и рекламным языком; реферировать, аннотировать и модифицировать тексты; владеть текстовым редактором;</p>	Контрольная работа

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
ПК-2.1	ИД-3ПК-2.1	<p>Владеет навыками</p> <ul style="list-style-type: none"> - поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов; - ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте; - выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом. - анализа посещаемости ресурса, наиболее популярных страниц, обобщенных характеристик аудитории сайта; - оценки эффективности работы сайта. 	<p>Владеет навыками</p> <p>переработки текстов различной тематики (рерайт); написания статей, обзоров и других текстов на заданную тематику (копирайтинг); поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов;</p> <p>ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте;</p> <p>выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом.</p>	Зачет
ПК-2.2	ИД-1ПК-2.2	<p>Знает</p> <ul style="list-style-type: none"> - основ внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок); - технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте. - терминологию и ключевые параметры веб-статистики; - основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов; - популярные сервисы для сбора веб-статистики. 	<p>Знает терминологию и ключевые параметры веб-статистики; основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов; популярные сервисы для сбора веб-статистики.</p>	Защита лабораторной работы
ПК-2.2	ИД-2ПК-2.2	<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> - пользоваться сервисами для оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта; - пользоваться 	<p>Умеет пользоваться сервисами для оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта; пользоваться функциями CMS и социальных сетей для</p>	Защита лабораторной работы

Компетенция	Индекс индикатора	Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)	Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения	Средства оценки
		функциями CMS и социальных сетей для оценки посещаемости.	оценки посещаемости.	
ПК-2.2	ИД-3ПК-2.2	Владеет навыками - анализа посещаемости ресурса, наиболее популярных страниц, обобщенных характеристик аудитории сайта; - оценки эффективности работы сайта.	Владеет навыками анализа посещаемости ресурса, наиболее популярных страниц, обобщенных характеристик аудитории сайта; оценки эффективности работы сайта.	Экзамен

3. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах	
		Номер семестра	
		6	7
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме: 1.1. Контактная аудиторная работа, из них:	72	36	36
- лекции (Л)			
- лабораторные работы (ЛР)	64	32	32
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)			
- контроль самостоятельной работы (КСР)	8	4	4
- контрольная работа			
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	144	36	108
2. Промежуточная аттестация			
Экзамен	36		36
Дифференцированный зачет			
Зачет	9	9	
Курсовой проект (КП)	36		36
Курсовая работа (КР)			
Общая трудоемкость дисциплины	252	72	180

4. Содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
6-й семестр				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
ТЕМА 1. Стратегия Social Media Marketing	0	12	0	12
Аудитория интернета в России и в мире. Тенденции медиапотребления. Виды социальных меди и особенности работы с ними. Модель SOSTAC. Понятие CJM.				
ТЕМА 2. Производство и планирование контента	0	8	0	12
Контент-стратегия. Контент-планирование. Производство текстового контента. Производство графического контента. Производство аудиовизуального контента. Производство интерактивного контента.				
ТЕМА 3. Комьюнити-менеджмент	0	8	0	12
Создание и развитие сообществ. Коммуникация с подписчиками. Инструменты вовлечения. Организация онлайн-мероприятий.				
Контрольная работа 1	0	4	0	0
Контрольная работа по 6 семестру				
ИТОГО по 6-му семестру	0	32	0	36
7-й семестр				
ТЕМА 4. Продвижение и реклама, SMO	0	8	0	24
Платные и бесплатные способы продвижения. Таргетированная реклама. Social Media Optimization				
ТЕМА 5. Аналитика в SMM	0	6	0	24
Внутренние и внешние системы аналитики, формирование отчётности				
ТЕМА 6. Мониторинг и управление репутацией в сети	0	6	0	24
Системы мониторинга социальных медиа. Инструменты управления репутацией				
ТЕМА 7. Автоматизация SMM	0	8	0	24
Сервисы автоматизации работы SMM-менеджера.				
Контрольная работа 2	0	4	0	12
Контрольная работа по 7 семестру				
ИТОГО по 7-му семестру	0	32	0	108
ИТОГО по дисциплине	0	64	0	144

Тематика примерных лабораторных работ

№ п.п.	Наименование темы лабораторной работы
1	Анализ ситуации как базовый элемент стратегии SMM
2	Графический контент для социальных медиа: фотографии, иллюстрации, коллажи, векторная графика

№ п.п.	Наименование темы лабораторной работы
3	Формирование и увеличение ядра подписчиков сообщества
4	Контрольная работа 1
5	Возможности систем таргетированной рекламы: ВКонтакте, Facebook, myTarget
6	Основы веб-аналитики
7	Сервисы мониторинга упоминаний в социальных медиа: Медиалогия, YouScan, Brand Analytics, IQBuzz
8	Сервисы автоматизации постинга и аналитики в социальных медиа
9	Контрольная работа 2

Тематика примерных курсовых проектов/работ

№ п.п.	Наименование темы курсовых проектов/работ
1	Составить план разработки SMM-стратегии для компании в предложенной сфере

5. Организационно-педагогические условия

5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

<p>Проведение лекционных занятий по дисциплине основывается на активном методе обучения, при котором учащиеся не пассивные слушатели, а активные участники занятия, отвечающие на вопросы преподавателя. Вопросы преподавателя нацелены на активизацию процессов усвоения материала, а также на развитие логического мышления. Преподаватель заранее намечает список вопросов, стимулирующих ассоциативное мышление и установление связей с ранее освоенным материалом.</p> <p>Проведение лабораторных занятий основывается на интерактивном методе обучения, при котором обучающиеся взаимодействуют не только с преподавателем, но и друг с другом. При этом доминирует активность учащихся в процессе обучения. Место преподавателя в интерактивных занятиях сводится к направлению деятельности обучающихся на достижение целей занятия.</p> <p>При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.</p>

5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

<p>При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически. 2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела. 3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям, лабораторным работам и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу. 4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

6. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Печатная учебно-методическая литература

№ п/п	Библиографическое описание (автор, заглавие, вид издания, место, издательство, год издания, количество страниц)	Количество экземпляров в библиотеке
1. Основная литература		
1	Федотова Л. Н. Паблик рилейшнз и общественное мнение : учебное пособие для вузов / Л. Н. Федотова. - Санкт-Петербург: Питер, 2003.	39
2	Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие для вузов / Ф. И. Шарков. - Москва: Дашков и К, Изд-во Шаркова, 2018.	25
2. Дополнительная литература		
2.1. Учебные и научные издания		
1	Акулич М. В. Интернет-маркетинг : учебник для бакалавров / М. В. Акулич. - Москва: Дашков и К, 2017.	5
2	Грин Энди Креативность в паблик рилейшнз / Энди Грин. - СПб: Нева, 2004.	2
3	Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Романенкова [и др.]. - Москва: Юрайт, 2017.	5
4	Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования : учебное пособие / О. А. Кожушко [и др.]. - Новосибирск: РИЦ НГУ, 2017.	1
5	Информационные системы и технологии в экономике и управлении : учебник для академического бакалавриата / В. В. Трофимов [и др.]. - Москва: Юрайт, 2016.	6
6	Кожевникова Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебное пособие для академического бакалавриата / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. - Москва: Юрайт, 2019.	2
7	Лашина М. В. Информационные системы и технологии в экономике и маркетинге : учебное пособие / М. В. Лашина, Т. Г. Соловьев. - Москва: КНОРУС, 2019.	3
8	Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / В. П. Тихомиров [и др.]. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер, 2013.	4
9	Чумиков А. Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. - Москва: Аспект Пресс, 2012.	70
10	Чумиков А. Н. Связи с общественностью : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. - Москва: Дело, 2001.	17
2.2. Периодические издания		
	Не используется	
2.3. Нормативно-технические издания		
	Не используется	
3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины		
	Не используется	
4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента		

	Не используется	
--	-----------------	--

6.2. Электронная учебно-методическая литература

Вид литературы	Наименование разработки	Ссылка на информационный ресурс	Доступность (сеть Интернет / локальная сеть; авторизованный / свободный доступ)
Дополнительная литература	В.А. Франц Управление общественным мнением : учебное пособие / В.А. Франц. - Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016	http://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUBC81837	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	В.В. Богданов Теория и практика связей с общественностью. Медиарилейшнз : учебное пособие / И.М. Комарова В.В. Богданов. - Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2011	http://elib.pstu.ru/Record/RUBC79736	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Сковиков А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие / Сковиков А. Г. - Санкт-Петербург: Лань, 2019.	http://elib.pstu.ru/Record/lanRU-LAN-BOOK-119637	локальная сеть; свободный доступ
Дополнительная литература	Т. Н. Пономарева Информационные системы маркетинга : Учебное пособие / Т. Н. Пономарева, М. С. Старикова. - Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2015.	http://elib.pstu.ru/Record/iprbooks87069	локальная сеть; свободный доступ

6.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Вид ПО	Наименование ПО
Операционные системы	MS Windows XP (подп. Azure Dev Tools for Teaching до 27.03.2022)
Офисные приложения.	Adobe Acrobat Reader DC. бесплатное ПО просмотра PDF
Офисные приложения.	МойОфис Стандартный. , реестр отечественного ПО, необходима покупка лицензий.

Вид ПО	Наименование ПО
Прикладное программное обеспечение общего назначения	Dr.Web Enterprise Security Suite, 3000 лиц, ПНИПУ ОЦНИТ 2017
Прикладное программное обеспечение общего назначения	Microsoft Office Visio Professional 2016 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)

6.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Наименование	Ссылка на информационный ресурс
Научная библиотека Пермского национального исследовательского политехнического университета	http://lib.pstu.ru/
Электронно-библиотечная система Лань	https://e.lanbook.com/
Электронно-библиотечная система IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/

7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине

Вид занятий	Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения	Количество единиц
Курсовой проект	Компьютерный класс, оснащённый проектором и персональными компьютерами с широкополосным доступом в интернет для индивидуальной работы	1
Лабораторная работа	Компьютерный класс, оснащённый проектором и персональными компьютерами с широкополосным доступом в интернет для индивидуальной работы	1

8. Фонд оценочных средств дисциплины

Описан в отдельном документе

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Пермский национальный исследовательский политехнический
университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
«Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью»
Приложение к рабочей программе дисциплины

Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы:	Связи с общественностью и реклама
Квалификация выпускника:	Бакалавр
Выпускающая кафедра:	Иностранные языки и связи с общественностью
Форма обучения:	Очная

Курс: 3, 4 **Семестр:** 6, 7

Трудоёмкость:

Кредитов по рабочему учебному плану:	2 ЗЕ
Часов по рабочему учебному плану:	72 ч.

Форма промежуточной аттестации:

Зачёт: 6 семестр
Экзамен: 7 семестр

Пермь 2022

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине разработан в соответствии с общей частью фонда оценочных средств для проведения промежуточной аттестации основной образовательной программы, которая устанавливает систему оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине устанавливает формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.

1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине, объекты оценивания и виды контроля

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение двух семестров (6-7 семестра учебного плана) и разбито на 2 учебных модуля. В каждой каждом модуле предусмотрены аудиторские лабораторные занятия, а также самостоятельная работа студентов. В рамках освоения учебного материала дисциплины формируются компоненты компетенций *знать, уметь, владеть*, указанные в РПД, которые выступают в качестве контролируемых результатов обучения по дисциплине (табл. 1.1).

Контроль уровня усвоенных знаний, усвоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала, сдаче отчетов по лабораторным работам, зачета и экзамена. Виды контроля сведены в таблицу 1.1.

Таблица 1.1. Перечень контролируемых результатов обучения по дисциплине

Контролируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВы)	Вид контроля					
	Текущий		Рубежный		Итоговый	
	С	ТО	ОЛР	Т/КР	Зачёт	Экзамен
Усвоенные знания						
З.1. Знает основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок); технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте.		ТО	ОЛР	КР		ТВ
З.2. Знает основы внутренней поисковой оптимизации (в том числе рекомендации по использованию ключевых слов, фраз и ссылок); технологии организации и ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте; терминологию и ключевые параметры веб-статистики; основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов; популярные сервисы для сбора веб-статистики.		ТО	ОЛР	КР		ТВ
Освоенные умения						
У.1. Умеет владеть текстовым редактором; составлять краткие и развернутые тексты объявлений для размещения на сайте, в социальных сетях, форумах и на тематических порталах; писать аннотации к событиям и новостям;			ОЛР	КР		ПЗ
У.2. Умеет пользоваться сервисами для оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта; пользоваться функциями CMS и социальных сетей для			ОЛР	КР		ПЗ

оценки посещаемости						
Приобретенные владения						
В.1. Владеет навыками поисковой оптимизации и адаптации текстовых материалов; ведения новостных лент, RSS-каналов, электронных подписок, рассылок по электронной почте; выработки решений (рекомендаций) по наполнению сайта контентом; анализа посещаемости ресурса, наиболее популярных страниц, обобщенных характеристик аудитории сайта; оценки эффективности работы сайта.			ОЛР	КР		ПЗ
В.2. Владеет навыками анализа посещаемости ресурса, наиболее популярных страниц, обобщенных характеристик аудитории сайта; оценки эффективности работы сайта.			ОЛР	КР		ПЗ

С – собеседование по теме; ТО – коллоквиум (теоретический опрос); КЗ – кейс-задача (индивидуальное задание); ОЛР – отчет по лабораторной работе; Т/КР – рубежное тестирование (контрольная работа); ТВ – теоретический вопрос; ПЗ – практическое задание; КЗ – комплексное задание дифференцированного зачета.

Итоговой оценкой результатов обучения по дисциплине является промежуточная аттестация в виде зачета, проводимая с учётом результатов текущего и рубежного контроля.

2. Виды контроля, типовые контрольные задания и шкалы оценивания результатов обучения

2.1. Текущий контроль усвоения материала

Текущий контроль усвоения материала в форме собеседования или выборочного теоретического опроса студентов проводится по каждой теме. Результаты по 4-балльной шкале оценивания заносятся в книжку преподавателя и учитываются в виде интегральной оценки при проведении промежуточной аттестации.

2.2. Рубежный контроль

Рубежный контроль для комплексного оценивания усвоенных знаний, освоенных умений и приобретенных владений (табл. 1.1) проводится в форме защиты решения кейс-задачи (индивидуального задания), лабораторных работ и рубежных контрольных работ (после изучения каждого модуля учебной дисциплины).

2.2.1. Защита лабораторных работ

Всего запланировано 9 лабораторных работ. Типовые темы лабораторных работ приведены в РПД.

Защита лабораторной работы проводится индивидуально каждым студентом или группой студентов. Типовые шкала и критерии оценки приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.2.2. Рубежная контрольная работа

Согласно РПД запланировано 2 рубежные контрольные работы (КР) после освоения студентами учебных модулей дисциплины.

Типовые задания первой КР:

1. Разработать карту каналов коммуникации в социальных медиа для проекта в предложенной сфере.
2. Составить контент-план для проекта в предложенной сфере.

Типовые задания второй КР:

1. Разработать рекламный медиаплан для проекта в предложенной сфере.
2. Провести мониторинг упоминаний предложенной компании в социальных медиа.

Типовые шкала и критерии оценки результатов рубежной контрольной работы приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.2.4. Выполнение комплексного индивидуального задания на самостоятельную работу

Для оценивания навыков и опыта деятельности (владения) как результата обучения по дисциплине, не имеющей курсового проекта или работы, используется индивидуальное комплексное задание студенту.

1. Составьте план разработки SMM-стратегии для компании в предложенной сфере.

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального комплексного задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

2.3. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)

Допуск к промежуточной аттестации осуществляется по результатам текущего и рубежного контроля. Условиями допуска являются успешная сдача всех лабораторных работ и положительная интегральная оценка по результатам текущего и рубежного контроля.

Промежуточная аттестация, согласно РПД, проводится в виде экзамена по дисциплине устно по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки освоенных умений и комплексные задания (КЗ) для контроля уровня приобретенных владений всех заявленных компетенций.

Билет формируется таким образом, чтобы в него попали вопросы и практические задания, контролирующие уровень сформированности *всех* заявленных компетенций. Форма билета представлена в общей части ФОС образовательной программы.

2.3.1. Типовые вопросы и задания для экзамена по дисциплине

Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:

1. Ключевые компоненты стратегии SMM.
2. Основные этапы разработки контент-стратегии.
3. Комьюнити-менеджмент как инструмент формирования лояльности.
4. Технологии продвижения и рекламы в социальных медиа
5. Аналитика SMM
6. Управление репутацией в интернете
7. Автоматизация SMM

Типовые вопросы и практические задания для контроля освоенных умений:

1. Проведите анализ конкурентов предложенной компании в социальных медиа.
2. Разработайте контент-план на предложенный период для компании в предложенной сфере.

3. Разработайте систему онлайн-мероприятий для вовлечения аудитории в предложенное сообщество.
4. Проведите оценку репутации предложенной компании в интернете с помощью систем мониторинга.
5. Подготовьте публикацию в предложенной социальной сети для компании в предложенной сфере.

Типовые комплексные задания для контроля приобретенных владений:

1. Составьте план разработки SMM-стратегии для компании в предложенной сфере.

Полный перечень теоретических вопросов и практических заданий в форме утвержденного комплекта экзаменационных билетов хранится на выпускающей кафедре.

2.3.2. Шкалы оценивания результатов обучения на зачете

Оценка результатов обучения по дисциплине в форме уровня сформированности компонентов *знать, уметь, владеть* заявленных компетенций проводится по 4-х балльной шкале оценивания.

Типовые шкала и критерии оценки результатов обучения при сдаче зачета и экзамена для компонентов *знать, уметь и владеть* приведены в общей части ФОС образовательной программы.

3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов компетенций

3.1. Оценка уровня сформированности компонентов компетенций

При оценке уровня сформированности компетенций в рамках выборочного контроля при зачете считается, что *полученная оценка за компонент проверяемой в билете компетенции обобщается на соответствующий компонент всех компетенций, формируемых в рамках данной учебной дисциплины.*

Общая оценка уровня сформированности всех компетенций проводится путем агрегирования оценок, полученных студентом за каждый компонент формируемых компетенций, с учетом результатов текущего и рубежного контроля в виде интегральной оценки по 4-х балльной шкале. Все результаты контроля заносятся в оценочный лист и заполняются преподавателем по итогам промежуточной аттестации.

Форма оценочного листа и требования к его заполнению приведены в общей части ФОС образовательной программы.

При формировании итоговой оценки промежуточной аттестации в виде зачета используются типовые критерии, приведенные в общей части ФОС образовательной программы.