

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:** Управление рекламной кампанией в Интернете  
(наименование)

**Форма обучения:** очная  
(очная/очно-заочная/заочная)

**Уровень высшего образования:** магистратура  
(бакалавриат/специалитет/магистратура)

**Общая трудоёмкость:** 108 (3)  
(часы (ЗЕ))

**Направление подготовки:** 42.04.01 Реклама и связи с общественностью  
(код и наименование направления)

**Направленность:** Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных  
отраслях  
(наименование образовательной программы)

## 1. Общие положения

### 1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель - формирование способности управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла; отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

Задачи

Знать:

методы представления и описания результатов рекламной кампании в интернете; методы, критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта; принципы, методы и требования, предъявляемые к проектной работе в интернете; основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления рекламной кампании в интернете.

Уметь:

обосновывать практическую и теоретическую значимость полученных результатов; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к реализации рекламной кампании в интернете; рассчитывать качественные и количественные результаты рекламной кампании; отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии при проведении рекламных кампаний.

Владеть:

разработки программы реализации рекламной кампании в интернете; навыками организации проведения профессионального обсуждения проекта, участия в ведении проектной документации; навыками проектирования план-графика реализации проекта; определения требований к результатам реализации проекта; использования в профессиональной деятельности современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение.

### 1.2. Изучаемые объекты дисциплины

Каналы интернет-коммуникации;  
Рекламные системы в интернете;  
Комьюнити-менеджмент;  
КРІ в интернет-рекламе

### 1.3. Входные требования

Не предусмотрены

## 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 |
|-------------|-------------------|---|--|-----------------|
|-------------|-------------------|---|--|-----------------|

| Компетенция | Индекс индикатора | Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)   | Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения  | Средства оценки |
|-------------|-------------------|---|---|-----------------|
| ОПК-6       | ИД-1ОПК-6         | Знает основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления рекламной кампании в интернете  | Знает основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления профессиональной деятельности   | Зачет           |
| ОПК-6       | ИД-2ОПК-6         | Умеет отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии при проведении рекламных кампаний.   | Умеет отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии  | Кейс-задача     |
| ОПК-6       | ИД-3ОПК-6         | Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение                                    | Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение                | Кейс-задача     |
| УК-2        | ИД-1УК-2          | Знает методы представления и описания результатов рекламной кампании в интернете; методы, критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта; принципы, методы и требования, предъявляемые к проектной работе в интернете | Знает методы представления и описания результатов проектной деятельности; методы, критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта; принципы, методы и требования, предъявляемые к проектной работе | Зачет           |
| УК-2        | ИД-2УК-2          | Умеет обосновывать практическую и теоретическую значимость полученных результатов; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к реализации рекламной  | Умеет обосновывать практическую и теоретическую значимость полученных результатов; проверять и анализировать проектную документацию; прогнозировать развитие процессов в проектной                            | Кейс-задача     |

| Компетенция | Индекс индикатора | Планируемые результаты обучения по дисциплине (знать, уметь, владеть)   | Индикатор достижения компетенции, с которым соотнесены планируемые результаты обучения   | Средства оценки |
|-------------|-------------------|---|--|-----------------|
|             |                   | кампании в интернете; рассчитывать качественные и количественные результаты рекламной кампании  | профессиональной области; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации проекта; рассчитывать качественные и количественные результаты, сроки выполнения проектной работы  |                 |
| УК-2        | ИД-ЗУК-2          | Владеет навыками разработки программы реализации рекламной кампании в интернете; навыками организации проведения профессионального обсуждения проекта, участия в ведении проектной документации; навыками проектирования план-графика реализации проекта; определения требований к результатам реализации проекта | Владеет навыками управления проектами в области, соответствующей профессиональной деятельности, в том числе: навыками распределения заданий и побуждения других к достижению целей; навыками управления разработкой технического задания проекта, управления реализацией профильной проектной работы; управления процессом обсуждения и доработки проекта; навыками разработки программы реализации проекта в профессиональной области; навыками организации проведения профессионального обсуждения проекта, участия в ведении проектной документации; навыками проектирования план-графика реализации проекта; определения требований к результатам реализации проекта, участия в научных дискуссиях и круглых столах. | Кейс-задача     |

### 3. Объем и виды учебной работы

| Вид учебной работы   | Всего часов | Распределение по семестрам в часах |  |
|--|-------------|------------------------------------|--|
|  |             | Номер семестра                     |  |
|  |             | 4                                  |  |
| 1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме: | 20          | 20                                 |  |
| 1.1. Контактная аудиторная работа, из них:   |             |                                    |  |
| - лекции (Л)   |             |                                    |  |
| - лабораторные работы (ЛР)   |             |                                    |  |
| - практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)        | 18          | 18                                 |  |
| - контроль самостоятельной работы (КСР)  | 2           | 2                                  |  |
| - контрольная работа   |             |                                    |  |
| 1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)  | 88          | 88                                 |  |
| 2. Промежуточная аттестация  |             |                                    |  |
| Экзамен  |             |                                    |  |
| Дифференцированный зачет   |             |                                    |  |
| Зачет  | 9           | 9                                  |  |
| Курсовой проект (КП)   |             |                                    |  |
| Курсовая работа (КР)   |             |                                    |  |
| Общая трудоемкость дисциплины  | 108         | 108                                |  |

### 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  |
| 4-й семестр   |   |    |    |  |
| Тема 1. Продвижение в социальных медиа. SMM-стратегия   | 0   | 0  | 2  | 8  |
| Продвижение в интернете. SMM-стратегия: situation analysis, objectives, strategy, tactics, action, control. |   |    |    |  |
| Тема 2. Аудитория и особенности продвижения в различных социальных медиа                                    | 0   | 0  | 2  | 10   |
| Аудитория и особенности продвижения в различных социальных медиа: Вконтакте, Одноклассники, YouTube и др.   |   |    |    |  |
| Тема 3. Комьюнити-менеджмент в социальных медиа   | 0   | 0  | 2  | 10   |
| Комьюнити-менеджмент в социальных медиа: Стратегия и практика создания лояльных сообществ                   |   |    |    |  |

| 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 4. Инструменты e-commerce и вовлечения в социальных медиа  | 0   | 0  | 2  | 10   |
| Инструменты e-commerce и вовлечения в социальных медиа: распространение, рекламирование, продвижение, продажа услуг или товаров |   |    |    |  |
| Тема 5. Контент в социальных медиа.   | 0   | 0  | 2  | 10   |
| Контент в социальных медиа. Кейсы технологических компаний  |   |    |    |  |
| Тема 6. Рекламные кампании в интернете. Brand- и performance-кампании в интернете.  | 0   | 0  | 2  | 10   |
| Brand- и performance-кампании в интернете. КРІ в интернет-рекламе   |   |    |    |  |
| Тема 7. Таргетированная реклама в социальных сетях.   | 0   | 0  | 2  | 10   |
| Таргетированная реклама в социальных сетях. Рекламные кабинеты ВКонтакте, Одноклассники и др.                                   |   |    |    |  |
| Тема 8. Контекстная и медийная реклама.   | 0   | 0  | 2  | 10   |
| Контекстная и медийная реклама. Интерфейс Яндекс.Директ и Google Ads  |   |    |    |  |
| Тема 9. Influencer marketing. Email-рассылки  | 0   | 0  | 2  | 10   |
| Influencer marketing: тренды, возможности, инструменты. Email-рассылки как способ коммуникации с целевой аудиторией             |   |    |    |  |
| ИТОГО по 4-му семестру  | 0   | 0  | 18 | 88   |
| ИТОГО по дисциплине   | 0   | 0  | 18 | 88   |

### Тематика примерных практических занятий

| № п.п. | Наименование темы практического (семинарского) занятия                       |
|--------|--|
| 1      | Разработка SMM-стратегии   |
| 2      | Создание контента для социальных сетей                                       |
| 3      | Настройка таргетированной рекламы во «ВКонтакте»                             |
| 4      | Продвижение технологической компании в социальных медиа: возможности и кейсы |
| 5      | Защита групповых проектов (кейс-задача)                                      |

## 5. Организационно-педагогические условия

### 5.1. Образовательные технологии, используемые для формирования компетенций

Практические занятия проводятся на основе реализации метода обучения действием: определяются проблемные области, формируются группы. При проведении практических занятий преследуются следующие цели: применение знаний отдельных дисциплин и креативных методов для решения проблем и принятия решений; отработка у обучающихся навыков командной работы, межличностных коммуникаций и развитие лидерских качеств; закрепление основ теоретических знаний.

При проведении учебных занятий используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги и анализ ситуаций и имитационных моделей.

### 5.2. Методические указания для обучающихся по изучению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

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<br>(автор, заглавие, вид издания, место, издательство,<br>год издания, количество страниц)   | Количество<br>экземпляров в<br>библиотеке |
|---------------------------------------|---|---|
| <b>1. Основная литература</b>         |   |   |
| 1                                     | Фарбей Э. Эффективная рекламная кампания : Руководство по стратегии, планированию и выявлению потенциального потребителя пер. с англ. 3-е изд. Днепропетровск : Баланс-Клуб, 2003. 229 с. | 2   |
| 2                                     | Шарков Ф. И., Бузин В. Н. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие. Москва : Дашков и К, 2017. 485 с. 30,5 усл. печ. л.                  | 25  |
| 3                                     | Шарков Ф.И. Управление маркетинговыми коммуникациями (интегрированный подход) : учебное пособие для вузов. Москва : Акад. проект : Трикста, 2006. 251 с                                   | 5   |
| <b>2. Дополнительная литература</b>   |   |   |
| <b>2.1. Учебные и научные издания</b> |   |   |
| 1                                     | Асеева Е. Н. Рекламная кампания / Е. Н. Асеева, П.В. Асеев. -Москва: Приор, 1997.   | 1   |
| 2                                     | Миск М. Д. Реклама на радио, ТВ и в Интернете : учебное пособие : пер. с англ. / М. Д. Миск. - Москва: Мир, 2004.   | 2   |

|   |  |   |
|---|--|---|
| 3   | Назайкин А. Н. Эффективная реклама в прессе : [практическое пособие]. Москва : Изд-во Междунар. ин-та рекламы, 2001. 203 с | 1 |
| <b>2.2. Периодические издания</b>   |  |   |
|   | Не используется  |   |
| <b>2.3. Нормативно-технические издания</b>                                |  |   |
|   | Не используется  |   |
| <b>3. Методические указания для студентов по освоению дисциплины</b>      |  |   |
|   | Не используется  |   |
| <b>4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента</b> |  |   |
|   | 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. | <a href="http://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUBC81837">http://elib.pstu.ru/vufind/Record/RUBC81837</a> | 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 | Windows 10 (подп. Azure Dev Tools for Teaching)      |
| Офисные приложения.  | Adobe Acrobat Reader DC. бесплатное ПО просмотра PDF |
| Офисные приложения.  | Microsoft Office Professional 2007. лиц. 42661567    |

## 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 | <a href="http://lib.pstu.ru/">http://lib.pstu.ru/</a>               |
| Электронно-библиотечная система Лань  | <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>         |
| Электронно-библиотечная система IPRbooks  | <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a> |
| Информационные ресурсы Сети КонсультантПлюс   | <a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>   |



| Наименование   | Ссылка на информационный ресурс                               |
|--|---|
| Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки | <a href="http://www.diss.rsl.ru/">http://www.diss.rsl.ru/</a> |

### **7. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса по дисциплине**

| Вид занятий          | Наименование необходимого основного оборудования и технических средств обучения | Количество единиц |
|----------------------|---|-------------------|
| Практическое занятие | компьютер с выходом в интернет (по количеству студентов)                        | 1                 |

### **8. Фонд оценочных средств дисциплины**

|                              |
|------------------------------|
| Описан в отдельном документе |
|------------------------------|

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

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине  
«Управление рекламной кампанией в интернете»  
*Приложение к рабочей программе дисциплины*

**Направление подготовки:** 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

**Направленность (профиль)  
образовательной программы:** Реклама и связи с общественностью в  
высокотехнологичных отраслях

**Квалификация выпускника:** Магистр

**Выпускающая кафедра:** Иностранных языков и связей с  
общественностью

**Форма обучения:** Очная

**Курс:** 2

**Семестр:** 4

**Трудоёмкость:**

Кредитов по рабочему учебному плану: 3 ЗЕ

Часов по рабочему учебному плану: 108 ч.

**Форма промежуточной аттестации:**

4 семестр – зачет

Пермь 2023

**Фонд оценочных средств** для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине является частью (приложением) к рабочей программе дисциплины.

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

Согласно РПД освоение учебного материала дисциплины запланировано в течение одного семестра (4-го семестра учебного плана) и разбито на 9 учебных тем. В каждой теме предусмотрены аудиторские практические 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, освоенных умений и приобретенных владений осуществляется в рамках текущего, рубежного и промежуточного контроля при изучении теоретического материала и зачета. 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/ИЗ |          | Зачёт |
| <b>Усвоенные знания</b>  |              |    |          |      |          |       |
| <b>3.1</b> Знает основные информационно-коммуникационные технологии, возможности программного обеспечения, необходимых для осуществления рекламной кампании в интернете  |              | ТО |          | ИЗ   |          | ТВ    |
| <b>3.2</b> Знает методы представления и описания результатов рекламной кампании в интернете; методы, критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта; принципы, методы и требования, предъявляемые к проектной работе в интернете   |              | ТО |          | ИЗ   |          | ТВ    |
| <b>Освоенные умения</b>  |              |    |          |      |          |       |
| <b>У.1</b> Умеет отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии при проведении рекламных кампаний.   |              |    |          | ИЗ   |          | ПЗ    |
| <b>У.2</b> Умеет обосновывать практическую и теоретическую значимость полученных результатов; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к реализации рекламной кампании в интернете; рассчитывать качественные и количественные результаты рекламной кампании   |              |    |          | ИЗ   |          | ПЗ    |
| <b>Приобретенные владения</b>  |              |    |          |      |          |       |
| <b>В.1</b> Владеет навыками использования в профессиональной деятельности современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение  |              |    |          | ИЗ   |          | КЗ    |
| <b>В.2</b> Владеет навыками разработки программы реализации рекламной кампании в интернете; навыками организации проведения профессионального обсуждения проекта, участия в ведении проектной документации; навыками проектирования план-графика реализации проекта; определения требований к результатам реализации проекта |              |    |          | ИЗ   |          | КЗ    |

*С – собеседование по теме; ТО – коллоквиум (теоретический опрос); КЗ(ИЗ) – кейс-задача (инди-*

видуальное 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 достижения 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 отчета по индивидуальному заданию (кейс-задача) после изучения отдельных тем учебной дисциплины.

#### **2.2.1. Отчет по индивидуальному заданию**

Отчет по индивидуальному заданию (кейс-задача) проводится индивидуально каждым студентом или группой студентов. Типовые шкала и критерии оценки приведены в общей части ФОС образовательной программы.

#### **Типовые индивидуальные задания (кейс-задача):**

1. Разработайте SMM-стратегию для рекламной кампании в предлагаемой ситуации.
2. Определите аудиторию и особенности продвижения в различных социальных медиа (Вконтакте, Одноклассники, YouTube и др.) для рекламной кампании в предлагаемой ситуации.
3. Разработайте контент для социальных медиа высокотехнологичной компании для рекламной кампании в предлагаемой ситуации.
4. Настройте таргетированную рекламу в социальных сетях для рекламной кампании высокотехнологичной компании в предлагаемой ситуации
5. Проанализируйте кейс рекламной кампании в интернете высокотехнологичной компании

### **2.3. 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.

#### **Типовые комплексные индивидуальные задания:**

1. Разработка SMM-стратегии в предлагаемых условиях.
2. Создание контента для одной из социальных сетей в предлагаемых условиях.
3. Настройка таргетированной рекламы во «ВКонтакте» в предлагаемых условиях.

Типовые шкала и критерии оценки результатов защиты индивидуального

комплексного задания приведены в общей части ФОС образовательной программы.

#### **2.4. Промежуточная аттестация (итоговый контроль)**

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

##### **2.4.1. Процедура промежуточной аттестации без дополнительного аттестационного испытания**

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Зачет по дисциплине основывается на результатах выполнения предыдущих индивидуальных заданий (кейс-задача) студента по данной дисциплине.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде зачета приведены в общей части ФОС образовательной программы

##### **2.4.2. Процедура промежуточной аттестации с проведением аттестационного испытания**

В отдельных случаях (например, в случае переаттестации дисциплины) промежуточная аттестация в виде зачета по дисциплине может проводиться с проведением аттестационного испытания по билетам. Билет содержит теоретические вопросы (ТВ) для проверки усвоенных знаний, практические задания (ПЗ) для проверки усвоенных 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.

##### **2.4.2.1. Типовые вопросы и задания для зачета по дисциплине**

###### **Типовые вопросы для контроля усвоенных знаний:**

1. Продвижение в интернете. SMM-стратегия: situation analysis, objectives, strategy, tactics, action, control.
2. Аудитория и особенности продвижения в различных социальных медиа: Вконтакте, Одноклассники, YouTube и др.
3. Комьюнити-менеджмент в социальных медиа: Стратегия и практика создания лояльных сообществ
4. Инструменты e-commerce и вовлечения в социальных медиа: распространение, рекламирование, продвижение, продажа услуг или товаров
5. Контент в социальных медиа. Кейсы технологических компаний
6. Brand- и performance-кампании в интернете. КРІ в интернет-рекламе
7. Таргетированная реклама в социальных сетях. Рекламные кабинеты ВКонтакте, Одноклассники и др.
8. Контекстная и медийная реклама. Интерфейс Яндекс.Директ и Google Ads
9. Influencer marketing: тренды, возможности, инструменты.
10. Email-рассылки как способ коммуникации с целевой аудиторией

###### **Типовые вопросы и практические задания для контроля усвоенных умений:**

1. Разработайте SMM-стратегию для рекламной кампании в предлагаемой ситуации.
2. Определите аудиторию и особенности продвижения в различных социальных медиа (ВКонтакте, Одноклассники, YouTube и др.) для рекламной кампании в предлагаемой ситуации.
3. Разработайте контент для социальных медиа высокотехнологичной компании для рекламной кампании в предлагаемой ситуации.
4. Настройте таргетированную рекламу в социальных сетях для рекламной кампании высокотехнологичной компании в предлагаемой ситуации
5. Проанализируйте кейс рекламной кампании в интернете высокотехнологичной компании

#### **Типовые комплексные задания для контроля приобретенных владений:**

1. Разработка SMM-стратегии в предлагаемых условиях.
2. Создание контента для одной из социальных сетей в предлагаемых условиях.
3. Настройка таргетированной рекламы во «ВКонтакте» в предлагаемых условиях.

#### **2.4.2.2. Шкалы оценивания результатов обучения на зачете**

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

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

### **3. Критерии оценивания уровня сформированности компонентов и 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-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.