

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 03.07.2024 11:25:27  
Уникальный программный ключ:  
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82479

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина  
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт социальной инженерии  
Кафедра социологии и рекламных коммуникаций

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Рекламный менеджмент в интернет-среде

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
Направление подготовки	42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Периодические издания и мультимедийная журналистика
Направление подготовки	42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Ведение телевизионных программ
Направление подготовки	42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль)	Радиожурналистика
Направление подготовки	42.03.04 Телевидение
Направленность (профиль)	Режиссура телевизионных и мультимедийных проектов
Направление подготовки	42.03.04 Телевидение
Направленность (профиль)	Звукорежиссура
Направление подготовки	42.03.04 Телевидение
Направленность (профиль)	Операторское дело, режиссура монтажа
Направление подготовки	29.03.01 Технология изделий легкой промышленности
Направленность (профиль)	Технологии цифрового производства изделий из кожи
Направление подготовки	29.03.01 Технология изделий легкой промышленности
Направленность (профиль)	Технологии цифрового производства швейных изделий
Направление подготовки	29.03.01 Технология изделий легкой промышленности
Направленность (профиль)	Технологии кожи и меха
Направление подготовки	29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности
Направленность (профиль)	Художественное моделирование и цифровое проектирование изделий из кожи
Направление подготовки	29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности
Направленность (профиль)	Конструирование и цифровое моделирование одежды
Направление подготовки	29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности
Направленность (профиль)	Цифровое моделирование
Направление подготовки	29.03.04 Технология художественной обработки материалов
Направленность (профиль)	Художественное колорирование в искусстве и дизайне
Направление подготовки	29.03.03 Технология полиграфического и упаковочного производства
Направленность (профиль)	Технологический дизайн и эко-брендинг упаковки
Направление подготовки	29.03.02 Технологии и проектирование текстильных изделий
Направленность (профиль)	Проектирование и художественное оформление текстильных изделий

Направление подготовки	29.03.02 Технологии и проектирование текстильных изделий
Направленность (профиль)	Инновационные текстильные технологии
Направление подготовки	29.03.02 Технологии и проектирование текстильных изделий
Направленность (профиль)	Цифровая экспертиза и товароведение непродовольственных товаров
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма(-ы) обучения	очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Рекламный менеджмент в интернет-среде» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 8 от 25.03.2024 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

1. Доцент С.П. Баймешова

Заведующий кафедрой: Е.В. Мореева

## 1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Рекламный менеджмент в интернет-среде» изучается в четвертом семестре.

Курсовая работа – не предусмотрена.

### 1.1. Форма промежуточной аттестации:

зачет

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам.

Результаты обучения по учебной дисциплине используются при изучении последующих дисциплин и прохождения практик.

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики, преддипломной практики и выполнении выпускной квалификационной работы.

## 2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Целями освоения дисциплины «Рекламный менеджмент в интернет-среде» являются:

- организация и проведение маркетинговых исследований в интернет-среде;
- обработка и интерпретация результатов маркетинговых исследований с применением современных информационно-коммуникационных технологий в интернет-среде;
- обоснование коммуникационных целей, миссии и стратегии при создании плана продвижения в интернет-среде;
- разработка плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию для продвижения в интернет-среде;
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

### 2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ДПК-4 Способен организовать и поддерживать взаимодействие в	ИД-ДПК-4.1 Разработка уникальных текстов для торговых интернет-площадок с учетом возможностей площадок и	Умеет разработать уникальные тексты для торговых интернет-площадок с учетом возможностей площадок и характеристик целевой

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
интернет-среде с целевой аудиторией с использованием технологий интернет-коммуникаций	характеристик целевой аудитории	аудитории Обосновывает медианосители, используемые в сети интернет, и разрабатывает критерии их выбора в зависимости от целей и задач рекламной кампании Разрабатывает рекламные кампании в интернет-среде и определяет расходы на продвижение компании/продукта в интернет-пространстве
	ИД-ДПК-4.3 Обоснование медианосителей, используемых в сети интернет, и разработка рекламной кампании в зависимости от целей и задач, определение расходов на ее реализацию	

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	96	час.
---------------------------	---	------	----	------

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий (очная форма обучения)

Структура и объем дисциплины									
Объем дисциплины по семестрам	форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час		
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
4 семестр	зачет	96	20	40				36	
Всего:		96	20	40				36	

## 3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
<b>Шестой семестр</b>							
ДПК-4 ИД-ДПК-4.1 ИД-ДПК-4.3	<b>Раздел I. Рекламный менеджмент в интернет-среде: основные понятия</b>	10	20			18	Формы текущего контроля по разделу I: Доклад Эссе
	Тема 1.1. Основные составляющие рекламного менеджмента в интернет-среде	2					
	Тема 1.2. Рекламные кампании в интернет-среде	2					
	Тема 1.3. Управление в рекламной сфере в интернет-среде	3					
	Тема 1.4. Формирование рекламной политики и рекламной стратегии в интернет-среде	3					
	Практическое занятие № 1.1. Основные составляющие рекламного менеджмента в интернет-среде		5			5	
	Практическое занятие № 1.2. Рекламные кампании в интернет-среде		5			5	
	Практическое занятие № 1.3. Управление в рекламной сфере в интернет-среде		5			4	
	Практическое занятие № 1.4. Формирование рекламной политики и рекламной стратегии в интернет-среде		5			4	
ДПК-4 ИД-ДПК-4.1 ИД-ДПК-4.3	<b>Раздел II. Рекламная политика и рекламная стратегия в интернет-среде</b>	10	20			18	Формы текущего контроля по разделу II: Ситуационное задание Собеседование
	Тема 2.1. Рекламные исследования в интернет-среде	2					
	Тема 2.2. Организация рекламного процесса, его структура и участники в интернет-среде	2					
	Тема 2.3. Формирование рекламного бюджета	2					
	Тема 2.4. Понятие, уровни и виды контроля рекламной деятельности в интернет-среде	2					
	Тема 2.5. Совершенствование рекламной деятельности	2					

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/ индивидуальные задания, час	Практическая подготовка, час		
	предприятия в интернет-среде						
	Практическое занятие № 2.1 Рекламные исследования в интернет-среде		4			2	
	Практическое занятие № 2.2 Организация рекламного процесса, его структура и участники в интернет-среде		4			4	
	Практическое занятие № 2.3 Формирование рекламного бюджета в интернет-среде		4			4	
	Практическое занятие № 2.4 Понятие, уровни и виды контроля рекламной деятельности в интернет-среде		4			4	
	Практическое занятие № 2.5 Совершенствование рекламной деятельности предприятия в интернет-среде		4			4	
	Зачет						зачет по билетам
	<b>ИТОГО за шестой семестр</b>	20	40			36	
	<b>ИТОГО за весь период</b>	<b>20</b>	<b>40</b>			<b>36</b>	

## 3.3. Краткое содержание учебной дисциплины

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
<b>Раздел I</b>	<b>Рекламный менеджмент в интернет-среде: основные понятия</b>	
Тема 1.1	Основные составляющие рекламного менеджмента в интернет-среде	Основная цель, субъекты и объекты Информационное обеспечение рекламы Планирование и организация рекламной деятельности. Основные задачи
Тема 1.2	Рекламные кампании в интернет-среде	Определение и разновидности рекламных кампаний Основные этапы проведения рекламной кампании
Тема 1.3	Управление в рекламной сфере в интернет-среде	Сфера рекламной деятельности Участники рекламной деятельности Роль менеджмента в рекламном бизнесе Главные учреждения, вовлеченные в сферу рекламного менеджмента Проблемы управления рекламой Функциональная структура рекламного менеджмента Контроль рекламной деятельности
Тема 1.4	Формирование рекламной политики и рекламной стратегии в интернет-среде	Разработка рекламной стратегии, ее основные составляющие Оценка качества рекламной деятельности Основные информационные подсистемы рекламной деятельности
<b>Раздел II</b>	<b>Рекламная политика и рекламная стратегия в интернет-среде</b>	
Тема 2.1.	Рекламные исследования в интернет-среде	Классификация рекламных исследований Основные направления и этапы проведения рекламных исследований Элементы рекламной стратегии
Тема 2.2.	Организация рекламного процесса, его структура и участники в интернет-среде	Основные организационные функции и субъекты рекламной деятельности Специфика организации рекламной деятельности
Тема 2.3	Формирование рекламного бюджета в интернет-среде	разработке рекламного бюджета факторами, определяющими объем рекламных затрат статьями рекламного бюджета
Тема 2.4	Понятие, уровни и виды контроля рекламной деятельности в интернет-среде	Процесс контроля включает в себя следующие основные элементы Цели контроля рекламной деятельности Критерии классификации типов рекламного контроля Основные уровни контроля рекламной деятельности
Тема 2.5	Совершенствование рекламной деятельности предприятия в интернет-среде	Методы совершенствования рекламной деятельности предприятия Анализ эффективности рекламной деятельности

## 3.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- подготовку к лекциям и практическим занятиям;
- изучение учебных пособий;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- написание тематических докладов и рефератов на проблемные темы;
- участие студентов в составлении тестов;
- подготовка к собеседованию;
- выполнение ситуативных заданий и кейсов;
- выполнение творческих заданий;
- проведение исследовательских работ;
- подготовка к контрольной работе;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра.

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- проведение индивидуальных и групповых консультаций;
- проведение консультаций перед зачетом;
- проведение ежемесячных мастер-классов интернет-менеджерами;
- индивидуальные консультации по организации самостоятельного изучения отдельных разделов/тем, базовых понятий учебной дисциплины.

### 3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии применяются.

Реализация программы учебной дисциплины с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий регламентируется действующими локальными актами университета.

В электронную образовательную среду перенесены отдельные виды учебной деятельности:

использование ЭО и ДОТ	использование ЭО и ДОТ	объем, час	включение в учебный процесс
смешанное обучение	лекции		в соответствии с расписанием учебных занятий
	практические занятия		



#### 4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

##### 4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

Уровни сформированности компетенции(-й)	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности
			Профессиональной(-ых) компетенции(-й)
			ДПК-4 ИД-ДПК-4.1 ИД-ДПК-4.3
высокий		отлично	<p>Осуществляет разработку, как индивидуальных, так и коллективных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, а также продвижение коммуникационной продукции в коммерческой сфере</p> <p>Реализует подготовку необходимой документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>Участствует в разработке плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию</p>
повышенный		хорошо	<p>Осуществляет разработку, как индивидуальных, так и коллективных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, а также продвижение коммуникационной продукции в коммерческой сфере</p> <p>Реализует подготовку необходимой документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>Не участвует в разработке плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию</p>
базовый		удовлетворительно	<p>Осуществляет разработку, как индивидуальных, так и коллективных проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, а также продвижение коммуникационной продукции в коммерческой сфере</p> <p>Не реализует подготовку необходимой документации по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>Не участвует в разработке плана коммуникационных мероприятий и определение размера расходов на их реализацию</p>

низкий		неудовлетворительно	Демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации Испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами Выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя Ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы
--------	--	---------------------	--

## 5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Рекламный менеджмент в коммерческой сфере» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

### 5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
1	Доклад по разделу/теме «Рекламный менеджмент в интернет-среде: основные понятия»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Механизм функционирования интернет-сайта</li> <li>2. Виды сайтов организаций</li> <li>3. Landing-page: характеристика, применение, преимущества и недостатки по сравнению с другими видами сайтов организаций.</li> <li>4. Понятие и функции поисковой оптимизации</li> <li>5. Виды продвижения</li> <li>6. ТИЦ и его влияние на позицию сайта</li> <li>7. Понятие "воронка продаж" и правила ее построения</li> <li>8. CTR и CR как основные показатели эффективности интернет-рекламы.</li> <li>9. Оценка поведения пользователя при работе с целевой страницей.</li> <li>10. A\B тестирование как инструмент повышения конверсии.</li> </ol>
2	Эссе по разделу/теме «Рекламный менеджмент в интернет-среде: основные понятия»	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Современный рекламный рынок и Интернет.</li> <li>2. Специфика рекламы в Интернете.</li> <li>3. Рекламные технологии Интернета: баннер, списки рассылки.</li> <li>4. Видеореклама в Интернете.</li> <li>5. Контекстная реклама в Интернете.</li> </ol>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		6. Спонсорство как комплексный вид размещения рекламы в сети Интернет. 7. Нестандартная реклама. 8. Интерактивная коммуникация в сети. 9. Стилистические особенности текста в сети Интернет. 10. Рекламная деятельность Интернет-ресурса.
3	Ситуационно задание по разделу/теме «Рекламная политика и рекламная стратегия в интернет-среде»	Ситуационное задание № 1 Сформировать семантическое ядро сайта и подготовить на его основе 3 SEO-текста. 1. Для оптимизации сайта необходимо писать тексты для людей, изредка вставляя ключевые запросы так, чтобы при этом читабельность текста не упала, а даже наоборот, заинтересовала еще больше. 2. Заголовок текста в теге H1 должен содержать самый частотный ключевой запрос. Например правильно - «Женская одежда?». Неправильно «Купить женскую одежду в Москве?». 3. Выделять тегом strong ключевые слова можно, но делать это необходимо для позитивного восприятия текста, не более трех раз на текст объемом 3000 символов. 4. Размер текста в символах в идеале должен быть от 2000 символов без пробелов. 5. Нет смысла использовать ключевые слова, которые не подтверждаются товарами на сайте или услугами. Не пишите о том, чего пользователь не сможет найти на целевой странице. 6. Не преувеличивайте очень сильно значимость чего-либо. Пишите как есть, можно слегка приукрасить. 7. Нельзя часто использовать ключевые слова, иначе можно попасть под спам-фильтр. Не повторяйтесь, ищите синонимы и близкие словоформы. Создавайте украинские версии страниц. 8. Посмотрите, какие тексты у вашего основного конкурента, и сделайте лучше. 9. При возможности пишите статьи о вашем товаре и услугах, делая ссылки внутри SEO текстов на интересные и тематические статьи. 10. Используйте только читаемые и хорошо воспринимаемые шрифты, интервалы, не забывайте разбивать текст на абзацы из трех-четырех предложений. 11. Заинтересуйте, попытайтесь продать текстом товар или услугу, обрисуйте плюсы, не замечая минусов.
4	Собеседование по разделу/теме «Рекламная политика и рекламная стратегия в интернет-среде»	1. В чем состоит главная функция менеджера по рекламе? 2. Какие существуют виды контроля рекламы в зависимости от объекта контроля? 3. В чем состоит суть информационной и убедительной функций рекламной деятельности? 4. Назовите этапы планирования в рекламном менеджменте. 5. Назовите основные функции управления рекламой. 6. Перечислите подходы к оценке эффективности рекламного бизнеса? 7. Назовите основные составляющие рекламной стратегии. 8. Какие существуют виды контроля рекламы по времени проведения? 9. Что относится к сфере рекламной деятельности? 10. Дайте определение менеджеру в рекламном бизнесе.

## 5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Собеседование	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Обучающийся демонстрирует глубокие и прочные знания материала по заданным вопросам, исчерпывающе и последовательно, грамотно и логически стройно его излагает		5
	Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос (вопросы), показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения дисциплины; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Обучающийся твердо знает материал по заданным вопросам, грамотно и последовательно его излагает, но допускает несущественные неточности в определениях.		4
	Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос (вопросы), но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Обучающийся владеет знаниями только по основному материалу, но не знает отдельных деталей и особенностей, допускает неточности и испытывает затруднения с формулировкой определений.		3
	Дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Обучающийся не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Обучающийся способен конкретизировать обобщенные знания только с помощью преподавателя. Обучающийся обладает фрагментарными знаниями по теме коллоквиума, слабо владеет понятийным аппаратом, нарушает последовательность в изложении материала.		3

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Обучающийся не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа обучающегося не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы темы. Не получены ответы по базовым вопросам. Не принимал участия в собеседовании.		2
Доклад	Доклад выполнен полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.		5
	Доклад выполнен полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.		4
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.		3
	Доклад выполнен не полностью. Допущены грубые ошибки. Доклад не подготовлен.		2
Ситуационное задание	Обучающийся (член рабочей группы), в процессе решения творческого задания продемонстрировал глубокие знания дисциплины, сущности проблемы, были даны логически последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы; даны рекомендации по использованию данных в будущем для аналогичных ситуаций.		5
	Обучающийся (член рабочей группы), правильно рассуждает и принимает обоснованные верные решения, однако, имеются незначительные неточности, представлен недостаточно полный выбор стратегий поведения/ методов/ инструментов (в части обоснования);		4
	Обучающийся (член рабочей группы), слабо ориентируется в материале, в		3

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>рассуждениях не демонстрирует логику ответа, плохо владеет профессиональной терминологией, не раскрывает суть проблемы и не предлагает конкретного ее решения.</p> <p>Обучающийся не принимал активного участия в работе группы, выполнившей задание на «хорошо» или «отлично».</p>		
	<p>Обучающийся (член рабочей группы) не принимал участие в работе группы. Группа не справилась с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.</p>		2
Эссе	<p>Содержание работы полностью соответствует теме. Глубоко и аргументировано раскрывается тема, что свидетельствует об отличном знании проблемы и дополнительных материалов, необходимых для ее освещения, умение делать выводы и обобщения. Стройное по композиции, логическое и последовательное изложение мыслей. Четко сформулирована проблема эссе, связно и полно доказывается выдвинутый тезис. Написано правильным литературным языком и стилистически соответствует содержанию. Фактические ошибки отсутствуют. Достигнуто смысловое единство текста, дополнительно использующегося материала. Заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части.</p>		5
	<p>Достаточно полно и убедительно раскрывается тема с незначительными отклонениями от нее. Обнаруживаются хорошие знания литературного материала, и других источников по теме сочинения и умение пользоваться ими для обоснования своих мыслей, а также делать выводы и обобщения. Логическое и последовательное изложение текста работы. Четко сформулирован тезис, соответствующий теме эссе. В основной части логично, связно, но недостаточно полно доказывается выдвинутый тезис. Написано правильным литературным языком, стилистически соответствует содержанию. Имеются единичные фактические неточности. Имеются незначительные нарушения последовательности в изложении мыслей. Заключение содержит выводы, логично вытекающие из содержания основной части.</p>		4

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	В основном раскрывается тема. Дан верный, но односторонний или недостаточно полный ответ на тему. Допущены отклонения от нее или отдельные ошибки в изложении фактического материала. Обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения. Материал излагается достаточно логично, но имеются отдельные нарушения последовательности выражения мыслей. Выводы не полностью соответствуют содержанию основной части.		3
	Тема полностью нераскрыта, что свидетельствует о поверхностном знании. Состоит из путаного пересказа отдельных событий, без вывода и обобщений. Характеризуется случайным расположением материала, отсутствием связи между частями. Выводы не вытекают из основной части. Многочисленные(60-100%) заимствования текста из других источников. Отличается наличием грубых речевых ошибок.		2

### 5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Зачет: в устной форме по билетам	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поиск клиентов, заказчиков и партнеров в Интернет-среде</li> <li>2. Организация почтовой рассылки</li> <li>3. Традиционные модели размещения рекламы в Интернет</li> <li>4. Уникальные модели размещения рекламы в Интернет</li> <li>5. Получение и обработка данных для анализа эффективности рекламной кампании</li> <li>6. Организация маркетинговых исследований в Интернет</li> <li>7. Поиск информации в Интернет</li> <li>8. Проведение Интернет-опросов</li> <li>9. Получение маркетинговой информации о посетителях web-сайта</li> <li>10. Реклама в Интернет и ее виды</li> </ol>

## 5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
Зачет: в устной форме по билетам	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на основные вопросы билета, так и на дополнительные;</li> <li>– свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию;</li> <li>– способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета;</li> <li>– логично и доказательно раскрывает проблему, предложенную в билете.</li> </ul> <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p>		5
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу;</li> <li>– недостаточно раскрыта проблема по одному из вопросов билета;</li> <li>– недостаточно логично построено изложение вопроса;</li> <li>– успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания средней сложности, активно работает с основной литературой.</li> </ul> <p>В ответе раскрыто, в основном, содержание билета, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.</p>		4



Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки;</li> <li>– не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые.</li> </ul> <p>Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы билета, ответ носит репродуктивный характер. Неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.</p>		3
	<p>У обучающегося обнаруживают существенные пробелы в знаниях основного учебного материала.</p> <p>На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p>		2

### 5.5. Примерные темы курсовой работы:

не предусмотрена

### 5.6. Критерии, шкалы оценивания курсовой работы

### 5.7. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль:		
- собеседование		2 – 5
- доклад		2 – 5
- творческое задание		2 – 5
- эссе		2 – 5

Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

100-балльная система	пятибалльная система	
	зачет с оценкой/экзамен	зачет
85 – 100 баллов	отлично зачтено (отлично)	зачтено
65 – 84 баллов	хорошо зачтено (хорошо)	
41 – 64 баллов	удовлетворительно зачтено (удовлетворительно)	
0 – 40 баллов	неудовлетворительно	не зачтено

## 6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- проектная деятельность;
- интерактивная лекция;
- групповая дискуссия;
- мастер-классы специалистов и работодателей;
- анализ ситуаций и имитационных моделей;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- дистанционные образовательные технологии;
- применение электронного обучения;
- просмотр рекламных материалов с их последующим анализом;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;
- самостоятельная работа в системе компьютерного тестирования;
- обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа);
- технологии с использованием игровых методов: ролевых, деловых игр.

## 7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения курсовой работы.

## **8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

## **9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Характеристика материально-технического обеспечения дисциплины составляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Материально-техническое обеспечение дисциплины при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
<b>119071, г. Москва, ул. Малая Калужская, д. 1, учебный корпус4</b>	
Аудитория № 6213 для проведения занятий лекционного типа	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
	представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор; – экран
Аудитория № 6213 для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор; – экран
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника, подключенная к сети «Интернет»

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Необходимое оборудование	Параметры	Технические требования
Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет	Веб-браузер	Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3
	Операционная система	Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux
	Веб-камера	640x480, 15 кадров/с
	Микрофон	любой
	Динамики (колонки или наушники)	любые
	Сеть (интернет)	Постоянная скорость не менее 192 кБит/с

Технологическое обеспечение реализации дисциплины осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

## 10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>9.1 Основная литература, в том числе электронные издания</b>							
1	Иванова И.А.	Менеджмент	учебник и практикум для вузов	Издательство Юрайт	2022	<a href="https://urait.ru/book/menedzhment-489027">https://urait.ru/book/menedzhment-489027</a>	
2	Синяева И.М.	Реклама и связи с общественностью	учебник для вузов	Издательство Юрайт	2022	<a href="https://urait.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-488737">https://urait.ru/book/reklama-i-svyazi-s-obschestvennostyu-488737</a>	
3	Федотова Л.Н.	Реклама: теория и практика	учебник для вузов	Издательство Юрайт	2022	<a href="https://urait.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-489371">https://urait.ru/book/reklama-teoriya-i-praktika-489371</a>	
<b>9.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания</b>							
1	Кузнецов Ю.В.	Менеджмент	учебник и практикум для вузов	Издательство Юрайт	2022	<a href="https://urait.ru/book/menedzhment-489027">https://urait.ru/book/menedzhment-489027</a>	
2	Душкина М.Р.	Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге	учебник для вузов	Издательство Юрайт	2022	<a href="https://urait.ru/book/tehnologii-reklamy-i-svyazey-s-obschestvennostyu-v-marketinge-496326">https://urait.ru/book/tehnologii-reklamy-i-svyazey-s-obschestvennostyu-v-marketinge-496326</a>	
3	Жильцова О.Н.	Рекламная деятельность	учебник и практикум для вузов	Издательство Юрайт	2022	<a href="https://urait.ru/book/reklamnaya-deyatelnost-489960">https://urait.ru/book/reklamnaya-deyatelnost-489960</a>	
<b>9.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)</b>							
1	Карпова Е.Г., Кашеев О.В., Усик С.П.	Реклама и связи с общественностью. Учебно-методическое пособие по подготовке и защите курсовых	Учебно-методическое пособие	М.: МГУДТ, 2022	2022	ИСИ	10

		работ					
--	--	-------	--	--	--	--	--

## 11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

11.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ЭБС «Лань» <a href="http://www.e.lanbook.com/">http://www.e.lanbook.com/</a>
2.	«Znaniум.com» научно-издательского центра «Инфра-М» <a href="http://znaniум.com/">http://znaniум.com/</a>
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znaniум.com» <a href="http://znaniум.com/">http://znaniум.com/</a>
4.	ЭБС ЮРАЙТ» <a href="http://www.biblio-online.ru">www.biblio-online.ru</a>
5.	ООО «ИВИС» <a href="http://dlib.eastview.com/">http://dlib.eastview.com/</a> .
Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
.	Web of Science <a href="http://webofknowledge.com/">http://webofknowledge.com/</a>
.	Scopus <a href="http://www.Scopus.com/">http://www.Scopus.com/</a>
.	Elsevier «Freedom collection» Science Direct <a href="https://www.sciencedirect.com/">https://www.sciencedirect.com/</a>
.	«SpringerNature» <a href="http://www.springernature.com/gp/librarians">http://www.springernature.com/gp/librarians</a> Платформа Springer Link: <a href="https://rd.springer.com/">https://rd.springer.com/</a> Платформа Nature: <a href="https://www.nature.com/">https://www.nature.com/</a> База данных Springer Materials: <a href="http://materials.springer.com/">http://materials.springer.com/</a> База данных Springer Protocols: <a href="http://www.springerprotocols.com/">http://www.springerprotocols.com/</a> База данных zbMath: <a href="https://zbmath.org/">https://zbmath.org/</a> База данных Nano: <a href="http://nano.nature.com/">http://nano.nature.com/</a>

11.2. Перечень программного обеспечения

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
2.	PrototypingSketchUp: 3D modeling for everyone	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019
3.	V-Ray для 3Ds Max	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

<b>№ пп</b>	<b>год обновления РПД</b>	<b>характер изменений/обновлений с указанием раздела</b>	<b>номер протокола и дата заседания кафедры</b>