МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Нижегородский государственный технический университет
им. Р.Е. Алексеева» (НГТУ)

Образовательно-научный институт экономики и управления (ИНЭУ)
Кафедра «Цифровая экономика»

ОДОБРЕНО:
на заседании кафедры разработчика
протокол № 3 от 15.05.2026 г.
Зав. кафедрой
_____ Митяков С.Н.
15.05.2026 г.

Документ подписан электронной подписью в системе электронного документооборота НГТУ им. Р.Е. Алексеева
СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП
Сертификат 6e466def71b388c262d1fef93a6e3720
Владелец Иващенко Евгений Геннадьевич
Действителен с 04.02.26 по 30.04.27

УТВЕРЖДЕН:
на заседании ученого совета ИНЭУ
протокол № 4 от 19.05.2026 г.
Директор института
_____Митяков С.Н.
19.05.2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.2.2 Анализ эффективности коммуникационной стратегии в сети Интернет

(индекс и наименование дисциплины по учебному плану)

для подготовки бакалавров

Направление подготовки:	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность:	Интернет-коммуникации в рекламе и связях с общественностью
Форма обучения:	Очная, заочная
Выпускающая кафедра	СОМиК
Разработчик (и):	Болоничева Т.В., к.э.н., доцент, доцент
регистрационный №	42.04.01-И-24

Начальник МО _____
подпись

Заведующая отделом комплектования НТБ _____
подпись

НИЖНИЙ НОВГОРОД, 2026 год

Содержание

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 3

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 5

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 4

3.1 Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам 4

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам 4

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 5

4.1. Учебная литература, печатные издания библиотечного фонда 6

4.2. Справочно-библиографическая литература 7

4.3 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям 8

5. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 210

5.1 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля) 22

5.1.1. Собственные образовательные ресурсы. Электронные ресурсы НТБ 22

5.1.2 Сторонние электронные образовательные и информационные ресурсы. Внешние ресурсы 22

5.1.3 Перечень современных баз данных и информационных справочных систем. 11

5.2. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем 11

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ 12

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ 13

9.1. Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии 14

9.2. Методические указания для занятий лекционного типа 14

9.3. Методические указания по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа 15

9.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся 15

10. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ. 16

11. АДАПТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ И ИНВАЛИДОВ 16

1. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Настоящая рабочая программа дисциплины устанавливает планируемые результаты обучения по дисциплине, а также определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО 3++) по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом МИНОБРНАУКИ РОССИИ от 8 июня 2017 г. N 528.

Освоение дисциплины вносит вклад в формирование компетенций, предусмотренных ОПОП:

Таблица 1.

Код компетенции	Формулировка компетенции
Профессиональные (ПК)	
ПКС-2	Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ПКС-3	Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью

Для категорий «знать, уметь, владеть» планируется достижение результатов обучения по дисциплине, вносящих на соответствующих уровнях вклад в формирование компетенций, предусмотренных основной профессиональной образовательной программой (таблица 2).

Таблица 2. Индикаторы достижения компетенции

Код и наименование компетенции	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	Код и наименование дескриптора достижения компетенции	Код ПС и ТФ	Квалификационные требования к выбранной ТФ	Оценочные материалы (ОМ)
ПКС-2 Способен составлять и контролировать стратегию продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	**ИПКС-2.1** Разрабатывает коммуникационную стратегию продвижения для эффективного решения бизнес – задач	**Знать:** - принципы и технологию исследовательско-аналитической работы по подготовке и осуществлению коммуникационной стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» **Уметь:** - осуществлять исследовательско-аналитическую работу по подготовке и осуществлению коммуникационной стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» **Владеть:** - навыками исследовательско-аналитической работы по подготовке и осуществлении коммуникационной стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет	К/03.7 06.043	Трудовые действия: - составление заданий для формирования договоров на продвижение; - анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационнотелекоммуникационной сети «Интернет»; - корректировка деятельности сотрудников; - определение ключевых показателей эффективности продвижения. Трудовые умения: - взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика; - планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии; - распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения; - разрабатывать техническую, организационноправовую, плановую, отчетную и договорную документацию. Трудовые знания: - основы менеджмента; - методы управления проектами; - функционирование поисковых машин; - основы предпринимательской деятельности; - - основы маркетинга; - принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-	Дискуссии, ситуационные задачи по темам курса, тесты Вопросы для устного собеседования

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование дескриптора достижения компетенции	Код ПС и ТФ	Квалификационные требования к выбранной ТФ	Оценочные материалы (ОМ)
				коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика); - основы бюджетирования маркетинговой деятельности; - система инструментов интернет-маркетинга; - основы веб-дизайна; - основы гипертекстовой разметки; - порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин; - основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; - особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем; - особенности функционирования социальных медиа	
	ИПКС-2.2 Разрабатывает комплексный план маркетинговых коммуникаций для продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	**Знать:** - принципы и технологию разработки комплексного плана измерения, сбора, анализа, представления и интерпретации информации о коммуникационном поле компании в сети Интернет с целью реализации стратегии продвижения проекта **Уметь:** - разрабатывать комплексный план измерения, сбора, анализа, представления и интерпретации информации о	К/03.7 06.043	Трудовые действия: - выявление расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения; - определение причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения; - внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений. Трудовые умения: - взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в	Дискуссии, ситуационные задачи по темам курса, тесты Вопросы для устного собеседования

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование дескриптора достижения компетенции	Код ПС и ТФ	Квалификационные требования к выбранной ТФ	Оценочные материалы (ОМ)	
		коммуникационном поле компании в сети Интернет с целью реализации стратегии продвижения проекта **Владеть:** - навыками разработки комплексного плана измерения, сбора, анализа, представления и интерпретации информации о коммуникационном поле компании в сети Интернет с целью реализации стратегии продвижения проекта		рамках стратегии продвижения проекта; - планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационнотелекоммуникационной сети «Интернет»; - выдавать задания по реализации стратегии продвижения; - контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационнотелекоммуникационной сети «Интернет». Трудовые знания: - основы менеджмента; - управление проектами; - управление персоналом; - основы предпринимательской деятельности; - - основы маркетинга; - принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет»;		
	ИПКС-2.3 Осуществляет мониторинг процесса продвижения с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии	**Знать:** - принципы и технологию осуществления мониторинга информационно-коммуникативной активности компании в сети Интернет с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной	К/03.7 06.043	Трудовые действия: - выявление расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения; - определение причин выявленных расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения;	Дискуссии, ситуационные задачи по темам курса, тесты	Вопросы для устного собеседования

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование дескриптора достижения компетенции	Код ПС и ТФ	Квалификационные требования к выбранной ТФ	Оценочные материалы (ОМ)	
		стратегии **Уметь:** - осуществлять мониторинг информационно-коммуникативной активности компании в сети Интернет с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии **Владеть:** - навыками осуществления мониторинга информационно-коммуникативной активности компании в сети Интернет с целью обеспечения эффективной реализации коммуникативной стратегии		- внесение оперативных изменений в реализацию стратегии продвижения с учетом выявленных причин расхождений. Трудовые умения: - взаимодействовать с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта; - планировать работы по продвижению проекта заказчика в информационнотелекоммуникационной сети «Интернет»; - выдавать задания по реализации стратегии продвижения; - контролировать выполнение поставленных задач сотрудниками, реализующими продвижение проекта заказчика в информационнотелекоммуникационной сети «Интернет». Трудовые знания: - основы менеджмента; - управление проектами; - управление персоналом; - основы предпринимательской деятельности; - - основы маркетинга; - принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет»		

Код и наименование компетенции	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	Код и наименование дескриптора достижения компетенции	Код ПС и ТФ	Квалификационные требования к выбранной ТФ	Оценочные материалы (ОМ)	
ПКС-3 Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью	**ИПКС-3.1** Формулирует концепцию научного исследования в сфере рекламы и связей с общественностью с целью разработки стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	**Знать:** - принципы организации и проведения научного исследования в рамках исследовательско-аналитической работы по подготовке и осуществлению стратегии продвижения проекта в сети Интернет **Уметь:** - организовывать и проводить научное исследование в рамках исследовательско-аналитической работы по подготовке и осуществлению стратегии продвижения проекта в сети Интернет **Владеть:** - навыками организации и проведения научного исследования в рамках исследовательско-аналитической работы по подготовке и осуществлению стратегии продвижения проекта в сети Интернет	К/03.7 06.043	Трудовые действия: - составление заданий для формирования договоров на продвижение; - анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационнотелекоммуникационной сети «Интернет»; - корректировка деятельности сотрудников; - определение ключевых показателей эффективности продвижения. Трудовые умения: - взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика; - планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии; - распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения; - разрабатывать техническую, организационноправовую, плановую, отчетную и договорную документацию. Трудовые знания: - основы менеджмента; - методы управления проектами; - функционирование поисковых машин; - основы предпринимательской деятельности; - - основы маркетинга; - принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет»	Дискуссии, ситуационные задачи по темам курса, тесты	Вопросы для устного собеседования

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование дескриптора достижения компетенции	Код ПС и ТФ	Квалификационные требования к выбранной ТФ	Оценочные материалы (ОМ)	
				(веб-аналитика); - основы бюджетирования маркетинговой деятельности; - система инструментов интернет-маркетинга; - основы веб-дизайна; - основы гипертекстовой разметки; - порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин; - основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; - особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем; - особенности функционирования социальных медиа		
	ИПКС-3.2 Применяет методы количественного и качественного анализа информационного поля, проводит медиа-исследования в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта	**Знать:** - методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа - исследований Интернет – пространства компании в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта **Уметь:** - реализовывать методы количественного и качественного анализа информационного поля, технологии проведения медиа - исследований Интернет – пространства компании в процессе	К/03.7 06.043	Трудовые действия: - составление заданий для формирования договоров на продвижение; - анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационнотелекоммуникационной сети «Интернет»; - корректировка деятельности сотрудников; - определение ключевых показателей эффективности продвижения. Трудовые умения: - взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика; - планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии;		

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование дескриптора достижения компетенции	Код ПС и ТФ	Квалификационные требования к выбранной ТФ	Оценочные материалы (ОМ)	
		подготовки и реализации стратегии продвижения проекта **Владеть:** - навыками реализации методов количественного и качественного анализа информационного поля, технологий проведения медиа - исследований Интернет – пространства компании в процессе подготовки и реализации стратегии продвижения проекта		- распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения; - разрабатывать техническую, организационноправовую, плановую, отчетную и договорную документацию. Трудовые знания: - основы менеджмента; - методы управления проектами; - функционирование поисковых машин; - основы предпринимательской деятельности; - - основы маркетинга; - принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика); - основы бюджетирования маркетинговой деятельности; - система инструментов интернет-маркетинга; - основы веб-дизайна; - основы гипертекстовой разметки; - порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин; - основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; - особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем; - особенности функционирования социальных медиа		

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование дескриптора достижения компетенции	Код ПС и ТФ	Квалификационные требования к выбранной ТФ	Оценочные материалы (ОМ)	
	ИПКС-3.3 Получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции развития коммуникационной сферы	**Знать:** - принципы и технологию интерпретации результатов научного исследования и выработки научно обоснованных прогнозов Интернет - продвижения проекта в сфере рекламы и связей с общественностью **Уметь:** - интерпретировать результаты научного исследования и разрабатывать научно обоснованные прогнозы Интернет - продвижения проекта в сфере рекламы и связей с общественностью **Владеть:** - навыками интерпретации результатов научного исследования и выработки научно обоснованных прогнозов Интернет - продвижения проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	К/03.7 06.043	Трудовые действия: - составление заданий для формирования договоров на продвижение; - анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационнотелекоммуникационной сети «Интернет»; - корректировка деятельности сотрудников; - определение ключевых показателей эффективности продвижения. Трудовые умения: - взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика; - планировать работы по продвижению на каждом этапе реализации стратегии; - распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии продвижения; - разрабатывать техническую, организационноправовую, плановую, отчетную и договорную документацию. Трудовые знания: - основы менеджмента; - методы управления проектами; - функционирование поисковых машин; - основы предпринимательской деятельности; - - основы маркетинга; - принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-коммуникационной сети «Интернет»	Дискуссии, ситуационные задачи по темам курса, тесты	Вопросы для устного собеседования

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование дескриптора достижения компетенции	Код ПС и ТФ	Квалификационные требования к выбранной ТФ	Оценочные материалы (ОМ)	
				(веб-аналитика); - основы бюджетирования маркетинговой деятельности; - система инструментов интернет-маркетинга; - основы веб-дизайна; - основы гипертекстовой разметки; - порядок оптимизации веб-сайтов в соответствии с требованиями поисковых машин; - основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; - особенности функционирования современных рекламных контекстно-медийных систем; - особенности функционирования социальных медиа		

Данные по профессиональным стандартам ОП ВО:

1. Шифр и наименование профессионального стандарта (ПС) – 06.043 «Специалист по интернет-маркетингу»
2. Код и наименование обобщенной трудовой функции (ОТФ) – К/ Стратегическое планирование интернет-кампаний
3. Код и наименование трудовой функции (ТФ) - К/05.7 Контроль реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Учебная дисциплина (модуль) Б1.В.ДВ.2.2 Анализ эффективности коммуникационной стратегии в сети Интернет включена в перечень, вариативной части дисциплин (формируемой участниками образовательных отношений) по выбору (запросу студентов), направленный на углубление уровня освоения компетенций. Дисциплина реализуется в соответствии с требованиями ФГОС, ОП ВО и УП.

Дисциплина базируется на следующих дисциплинах: Веб-аналитика, Интернет-маркетинг.

Дисциплина «Б1.В.ДВ.2.2 Анализ эффективности коммуникационной стратегии в сети Интернет» является основополагающей для изучения следующих дисциплин: SMM-коммуникации, Стратегия продвижения проекта в сети Интернет, Комьюнити-менеджмент в рекламе и свя-зях с общественностью, Анализ эффективности коммуникационной стратегии в сети Интернет, Антикризисные коммуникации в сети Интернет, Интернет-коммуникации в системе антикризисного управления, Практика по получению профессиональных умений и опыта в проектно-аналитической деятельности, Преддипломная практика, Подготовка к процедуре защиты и защита ВКР.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зач.ед. 108 часов, распределение часов по видам работ семестра представлено в таблице 3.

Таблица 3. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам (очная форма)

Вид учебной работы	**Трудоемкость в час**				
	Всего час.	**В т.ч. по семестрам**			
		№ сем 3			
Формат изучения дисциплины	с использованием элементов электронного обучения				
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**108**	**108**			
1. Контактная работа:	**55**	**55**			
1.1 Аудиторная работа, в том числе:					
лекции	17	17			
лабораторные					
практические	34	34			
1.2 Контрольно-самостоятельная работа	**4**	4			
курсовая работа/курсовой проект					
текущий контроль, консультации по дисциплине					
контактная работа на промежуточном контроле (зачете)	**4**	**4**			
реферат, расчетно-графическая работа, контрольная работа					
2. Самостоятельная работа	**53**	**53**			

1.1 самостоятельная работа (самостоятельное изучение разделов, самоподготовка, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)	**49**	**49**			
1.2 подготовка к контролю	**4**	4			
3. Форма контроля	**Зачет**	Зачет			

Таблица 3. Распределение трудоемкости дисциплины по видам работ по семестрам (заочная форма)

Вид учебной работы	**Трудоемкость в час**				
	Всего час.	**В т.ч. по семестрам**			
		№ сем 4			
Формат изучения дисциплины	с использованием элементов электронного обучения				
Общая трудоемкость дисциплины по учебному плану	**108**	**108**			
1. Контактная работа:	**20**	**20**			
1.1 Аудиторная работа, в том числе:					
лекции	8	8			
лабораторные					
практические	8	8			
1.2 Контрольно-самостоятельная работа	**4**	4			
курсовая работа/курсовой проект					
текущий контроль, консультации по дисциплине					
контактная работа на промежуточном контроле (зачете)	**4**	**4**			
реферат, расчетно-графическая работа, контрольная работа					
2. Самостоятельная работа	**88**	**88**			
1.1 самостоятельная работа (самостоятельное изучение разделов, самоподготовка, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиум и т.д.)	**84**	**84**			
1.2 подготовка к контролю	**4**	4			
3. Форма контроля	**Зачет**	Зачет			

3.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам

Таблица 4.2 – Содержание дисциплины, структурированное по темам для студентов очного обучения

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
3 семестр									
ПКС-2, ПКС-3	**Раздел 1. Оценка эффективности инструментов Интернет-маркетинга**								
	Тема 1.1. Виды рекламы и рынка. Основы контекстной рекламы.	1		3	2	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.1] и практическим занятиям учебного пособия [6.1.1]	Дискуссия		
	Тема 1.2. Основы таргетированной рекламы и социальные сети. Виды рекламы и рынка.	2		3	2	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.3] и практическим занятиям учебного пособия [6.1.3]	Дискуссия, индивидуальные задания по темам курса		
	Тема 1.3. Основы медийной и видео рекламы. Основы SEO. Основы аналитики.	2		5	2	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.5], самостоятельной работе учебного пособия [6.1.5]	Коллоквиум, тест по разделу 1		
	Итого по 1 разделу	**5**		**11**	**6**				

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
ПКС-2, ПКС-3	**Раздел 2. Оценка экономической эффективности коммуникационных проектов**								
	Тема 2.1. Задачи бизнеса в Интернете Сайты для бизнеса.	2		3	6	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.5] и практическим занятиям учебного пособия [6.1.5]	индивидуальные задания по темам курса		
	Тема 2.2. Анализ и сегментация целевой аудитории.	2		3	6	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.2], практическим занятиям учебного пособия [6.1.2] и самостоятельной работе учебного пособия [6.1.2]	индивидуальные задания по темам курса	1	
	Тема 2.3. Анализ конкурентов.	2		3	6	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.4] и самостоятельной работе учебного пособия [6.1.4]	Дискуссия		
	Тема 2.4. Маркетинг в социальных медиа.	1		2	6	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.3] и самостоятельной работе учебного пособия [6.1.3]	Коллоквиум, тест по разделу 2		
	Итого по 2 разделу	**7**		11	24			**1**	
ПКС-2, ПКС-3	**Раздел 3. Корпоративная коммуникация. Оценка эффективности**								
	Тема 3.1. Рынок электронной коммерции в России и за рубежом	0,5		3	10	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.3] и практическим занятиям учебного пособия [6.1.3]	Дискуссия		
	Тема 3.2. Поведение	1		4	7	Подготовка к лекциям	Коллоквиум		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
	потребителей в Интернете. Анализ интернет-магазинов и приложений					учебного пособия [6.1.5] и самостоятельной работе учебного пособия [6.1.5]			
	Тема 3.3. Роль контент-маркетинга в продвижении. Коммуникационная стратегия продвижения в социальных сетях	0,5		5	6	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.3], практическим занятиям и самостоятельной работе учебного пособия [6.1.3]	индивидуальные задания по темам курса, тест по разделу 3		
	Итого по 3 разделу	**5**		**12**	**23**				
	ИТОГО ЗА СЕМЕСТР	**17**		**34**	**53**			1	
	ИТОГО по дисциплине	**17**		**34**	**53**			**1**	

Таблица 4.2 – Содержание дисциплины, структурированное по темам для студентов заочного обучения

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
4 семестр									
ПКС-2, ПКС-3	**Раздел 1. Оценка эффективности инструментов Интернет-маркетинга**								
	Тема 1.1. Виды рекламы и рынка. Основы контекстной рекламы.	0,5		0,5	6	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.1] и практическим занятиям учебного пособия [6.1.1]	Дискуссия		
	Тема 1.2. Основы таргетированной рекламы и социальные сети. Виды рекламы и рынка.	0,5		0,5	6	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.3] и практическим занятиям учебного пособия [6.1.3]	Дискуссия, индивидуальные задания по темам курса		
	Тема 1.3. Основы медийной и видео рекламы. Основы SEO. Основы аналитики.	1		1	12	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.5], самостоятельной работе учебного пособия [6.1.5]	Коллоквиум, тест по разделу 1		
	Итого по 1 разделу	**2**		**2**	**24**				
ПКС-2, ПКС-3	**Раздел 2. Оценка экономической эффективности коммуникационных проектов**								
	Тема 2.1. Задачи бизнеса в Интернете Сайты для бизнеса.	1		1	10	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.5] и практическим занятиям учебного пособия [6.1.5]	индивидуальные задания по темам курса		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
	Тема 2.2. Анализ и сегментация целевой аудитории.	1		1	10	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.2], практическим занятиям учебного пособия [6.1.2] и самостоятельной работе учебного пособия [6.1.2]	индивидуальные задания по темам курса	1	
	Тема 2.3. Анализ конкурентов.	1		1	10	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.4] и самостоятельной работе учебного пособия [6.1.4]	Дискуссия		
	Тема 2.4. Маркетинг в социальных медиа.	1		1	10	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.3] и самостоятельной работе учебного пособия [6.1.3]	Коллоквиум, тест по разделу 2		
	Итого по 2 разделу	**4**		**4**	**40**			**1**	
ПКС-2, ПКС-3	**Раздел 3. Корпоративная коммуникация. Оценка эффективности**								
	Тема 3.1. Рынок электронной коммерции в России и за рубежом	0,5		**0,5**	**10**	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.3] и практическим занятиям учебного пособия [6.1.3]	Дискуссия		
	Тема 3.2. Поведение потребителей в Интернете. Анализ интернет-магазинов и приложений	1		**1**	**5**	Подготовка к лекциям учебного пособия [6.1.5] и самостоятельной работе учебного пособия [6.1.5]	Коллоквиум		
	Тема 3.3. Роль контент-	0,5		**0,5**	**5**	Подготовка к лекциям	индивидуальные		

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код УК; ОПК; ПК и индикаторы достижения компетенций	Наименование разделов, тем	Виды учебной работы (час)				Вид СРС	Наименование используемых активных и интерактивных образовательных технологий	Реализация в рамках Практической подготовки (трудоемкость в часах)	Наименование разработанного Электронного курса (трудоемкость в часах)
		Контактная работа			Самостоятельная работа студентов (час)				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия					
	маркетинга в продвижении. Коммуникационная стратегия продвижения в социальных сетях					учебного пособия [6.1.3], практическим занятиям и самостоятельной работе учебного пособия [6.1.3]	задания по темам курса, тест по разделу 3		
	Итого по 3 разделу	**2**		**2**	**20**				
	ИТОГО ЗА СЕМЕСТР	**8**		**8**	**84**			1	
	ИТОГО по дисциплине	**8**		**8**	**84**			**1**	

4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Учебная литература, печатные издания библиотечного фонда

4.1.1 Катаев, А. В. Digital-маркетинг : учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова. - Ростов н/Д : ЮФУ, 2020. - 161 с. - ISBN 978-5-9275-3437-1. - Текст : электрон-ный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927534371.html (дата обращения: 04.06.2021).

4.1.2 Шарков, Ф. И. Управле-ние маркетинговыми коммуникациями (интегрированный подход) / Шарков Ф. И. - Москва : Академический Проект, 2020. - 256 с. ("Gaudeamus") - ISBN 978-5-8291-2934-0. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785829129340.html (дата обращения: 04.06.2021).

4.1.3 Лунева, Е. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие / Е. А. Лунева, Н. П. Реб-рова. - Москва : Прометей, 2021. - 164 с. - ISBN 978-5-00172-088-1. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785001720881.html (дата обращения: 04.06.2021)

4.1.4 Сяглова, Ю. В. Управление бизнесом в условиях цифровой экономики : учебник для вузов / Ю. В. Сяглова, Т. П. Маслевич, Н. Б. Сафронова. - Москва : Дашков и К, 2024. - 320 с. - ISBN 978-5-394-05804-2. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394058042.html (дата обращения: 07.05.2026).

4.2. Справочно-библиографическая литература

4.2.1 Костюхин, Ю. Ю. Промышленный менеджмент, маркетинг, управление персо-налом, экономика и финансы : сб. науч. работ студентов каф. промышленного менеджмен-та ин-та экономики и управления промышленными предприятиями / Под ред. Ю. Ю. Ко-стюхина. - Москва : МИСиС, 2020. - 116 с.

4.2.2. Вартанян, Аревшад А. Оценка эффективности информационных технологий / Аревшад А. Вартанян, Файзуллин Р. В. , Артур А. Вартанян. - Москва : СОЛОН-ПРЕСС, 2024. - 304 с. - ISBN 978-5-91359-582-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785913595829.html (дата обращения: 07.05.2026).

4.2.3 Кулаков, Ю. Н. Инновационный менеджмент / Кулаков Ю. Н. - Москва : Издательство МИСИ - МГСУ, 2022. - 155 с. - ISBN 978-5-7264-1732-5. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785726417325.html (дата обращения: 07.05.2026).

4.3 Методические указания, рекомендации и другие материалы к занятиям

Фонд оценочных средств по дисциплине Б1.В.ДВ.2.2 в сети Интернетдля студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», всех форм обучения / Т.В.Болоничева. – Н. Новгород: НГТУ им. Р.Е. Алексеева, 2026. – 13 с.

5. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный процесс по дисциплине обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав по дисциплине определен в настоящей РПД и подлежит обновлению при необходимости).

5.1 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

5.1.1. Собственные образовательные ресурсы. Электронные ресурсы НТБ

- Научно-техническая библиотека НГТУ https://www.nntu.ru/structure/view/podrazdeleniya/nauchno-tehnicheskaya-biblioteka/resursy
- Библиотека электронных учебников https://fdp.nntu.ru/knizhnaya-polka/
- Электронный каталог книг и периодических изданий (АИБС «МегаПро») с размещенными полными текстами https://library.nntu.ru/megapro/web
- Электронная библиотека Первокурсник https://www.nntu.ru/structure/view/podrazdeleniya/nauchno-tehnicheskaya-biblioteka/resursy
- Реферативные журналы https://www.nntu.ru/frontend/web/ngtu/files/org_structura/library/resurvsy/ref_gyrnal_16.pdf

5.1.2 Сторонние электронные образовательные и информационные ресурсы. Внешние ресурсы

- ЭБС издательства «Лань» https://e.lanbook.com/
- ЭБС «Консультант студента - Электронная библиотека технического вуза» https://www.studentlibrary.ru/
- ЭБС «Юрайт» https://urait.ru/
- Справочно-правовые системы (ИПК Кодекс, Система Гарант, КонсультантПлюс) - доступны только в залах электронных ресурсов

5.1.3 Перечень современных баз данных и информационных справочных систем.

Внешние ресурсы:

- Справочно-правовые системы (ИПК Кодекс, Система Гарант, КонсультантПлюс) доступ из локальной сети
- Федеральный информационный фонд стандартов ФГУП «Стандартинформ» доступ из локальной сети
- База Academic Reference доступ из локальной сети
- База данных Academic Search Premier компании EBSCO доступ из локальной сети
- База данных свободного доступа Polpred Обзор СМИ https://polpred.com/news
  База данных zbMath https://zbmath.org/
- База данных Springer Nature Protocols and Methods https://experiments.springernature.com/springer-protocols-migrated-to-experiments
- База данных Springer Materials https://materials.springer.com/
- База данных Nano Database https://www.springernature.com/gp/products/database

Свободный доступ:

- Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU https://www.elibrary.ru/defaultx.asp
- КиберЛенинка — это научная электронная библиотека открытого доступа https://cyberleninka.ru/journal
- Электронно-библиотечная система издательства «Наука» https://www.libnauka.ru/
- Информационная система доступа к каталогам библиотек сферы образования и науки ЭКБСОН http://www.vlibrary.ru/
- База данных свободного доступа Polpred Обзор СМИ https://polpred.com/news

- Электронный архив материалов по направлению «Науки о земле и энергетика» https://doc365.ru/
- Электронная библиотека «История Росатома» https://elib.biblioatom.ru/

5.2. Перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Таблица 5. Перечень электронных библиотечных систем

№	Наименование ЭБС	Ссылка к ЭБС
1	Консультант студента	http://www.studentlibrary.ru/
2	Лань	https://e.lanbook.com/
3	Юрайт	https://biblio-online.ru/

Таблица 6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение, используемое в университете на договорной основе	Программное обеспечение свободного распространения
1	2
Microsoft Windows 10 (подписка DreamSpark Premium, договор № 0509/КМРот 15.10.18)	Open office 4.1.10 (лицензия Apache License 2.0)
Microsoft Windows 8.1 (подписка DreamSpark Premium, договор № 0509/КМРот 15.10.18)	Adobe Acrobat Reader DC-Russian(проприетарное ПО)
Microsoft Office Standard 2016 (лицензия № 65824992)	Mozilla Firefox (свободное ПО)
Р7 Офис (с/н 5260001439)	Google Chrome (свободное ПО)
Microsoft Visual Studio 2017 (подписка DreamSpark Premium, договор № 0509/КМР от 15.10.18)	YandexBrowser (свободное ПО)
Dr.Web 2026 SRBK-Z197-67LX-4N3W	

Таблица 7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем

№	Наименование профессиональной базы данных, информационно-справочной системы	Доступ к ресурсу (удаленный доступ с указанием ссылки/доступ из локальной сети университета)
1	**2**	**3**
1.	Справочно-правовые системы (ИПК Кодекс, Система Гарант, КонсультантПлюс)	доступ из локальной сети
2.	Федеральный информационный фонд стандартов ФГУП «Стандартинформ»	доступ из локальной сети
3.	База Academic Reference	доступ из локальной сети
4.	База данных Academic Search Premier компании EBSCO	доступ из локальной сети
5.	База данных свободного доступа Polpred Обзор СМИ	https://polpred.com/news
6.	База данных zbMath	https://zbmath.org/
7.	База данных Springer Nature Protocols and Methods	https://experiments.springernature.com/springer-protocols-migrated-to-experiments
8.	База данных Springer Materials	https://materials.springer.com/
9.	База данных Nano Database	https://www.springernature.com/gp/product

		s/database

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ, НЕОБХОДИМОЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Для проведения учебных занятий по дисциплине могут быть использованы любые учебные аудитории, лаборатории или специализированные помещения, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения в соответствии с требованиями к реализации программы. Сведения об оборудованных учебных кабинетах размещена на сайте НГТУ (https://www.nntu.ru/) в разделе «Материально-техническое обеспечение и оснащенность образовательного процесса. Доступная среда» по ссылке: https://www.nntu.ru/sveden/objects/ .

Таблица 9. Оснащенность аудиторий и помещений для проведения учебных занятий и самостоятельной работы студентов по дисциплине

Адрес места нахождения	Наименование оборудованного учебного кабинета	Оснащенность оборудованного учебного кабинета	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	2	3	4
603155, Нижегородская область, г. Нижний Новгород, Казанское шоссе, д. 12к6	Мультимедийная аудитория № 6421 учебно-лабораторного корпуса № 6	1. Доска меловая – 1 шт. 3. Экран – 1 шт. 4. Мультимедийный проектор Epson X12 – 1 шт. 5. Компьютер PC MB Asus на чипсете Nvidia/AMDAthlonXII CPU 2.8Ggz/ RAM 4 Ggb/SVGAStandartGraphics +Ge-FORCE Nvidia GT210/HDD 250Ggb,SATAinterface, монитор 19”, с выходом на проектор. 6. Рабочее место студента - 74 7. Рабочее место для преподавателя – 1 шт.	1. Windows 7 32 bit корпоративная; VL 49477S2 2. Adobe Acrobat Reader DC-Russian (беспл.) 3. Microsoft Office Professional Plus 2007 (лицензия № 42470655); 4. Dr.Web 2026 SRBK-Z197-67LX-4N3W

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Общие методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины, образовательные технологии

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Дисциплина реализуется посредством проведения контактной работы с обучающимися (включая проведение текущего контроля успеваемости), самостоятельной работы обучающихся и промежуточной аттестации.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов

образовательных технологий:

— балльно-рейтинговая технология оценивания;

— разбор конкретных ситуаций.

При преподавании дисциплины Б1.В.ДВ.2.2 Анализ эффективности коммуникационной стратегии в сети Интернет, используются современные образовательные технологии, позволяющие повысить активность студентов при освоении материала курса и предоставить им возможность эффективно реализовать часы самостоятельной работы.

На лекциях, практических занятиях реализуются интерактивные технологии, приветствуются вопросы и обсуждения, используется личностно-ориентированный подход, технология работы в малых группах, что позволяет студентам проявить себя, получить навыки самостоятельного изучения материала, выровнять уровень знаний в группе.

Все вопросы, возникшие при самостоятельной работе над домашним заданием, подробно разбираются на практических занятиях и лекциях. Проводятся индивидуальные и групповые консультации с использованием, как встреч студентами, так и современных информационных технологий: чат, электронная почта.

Инициируется активность студентов, поощряется задание любых вопросов по материалу, практикуется индивидуальный ответ на вопросы студента, рекомендуются методы успешного самостоятельного усвоения материала в зависимости от уровня его базовой подготовки.

Для оценки знаний, умений, навыков и уровня сформированности компетенции применяется балльно-рейтинговая система контроля и оценки успеваемости студентов в процессе текущего контроля.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета с оценкой с учетом текущей успеваемости.

Результат обучения считается сформированным на повышенном уровне, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент исчерпывающе, последовательно, четко и логически излагает учебный материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, использует в ответе дополнительный материал. Все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты, проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Результат обучения считается сформированным на пороговом уровне, если теоретическое содержание курса освоено полностью. При устных собеседованиях студент последовательно, четко и логически стройно излагает учебный материал; справляется с задачами, вопросами и другими видами заданий, требующих применения знаний; все предусмотренные рабочей учебной программой задания выполнены в соответствии с установленными требованиями, студент способен анализировать полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий

Результат обучения считается несформированным, если студент при выполнении заданий не демонстрирует знаний учебного материала, допускает ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет задания, не демонстрирует необходимых умений, качество выполненных заданий не соответствует установленным требованиям, качество их выполнения оценено числом баллов ниже трех по оценочной системе, что соответствует допороговому уровню.

Методические указания для занятий лекционного типа, по освоению дисциплины на практических занятиях и по самостоятельной работе находятся в оценочных материалах по дисциплине Б1.В.ДВ.2.2 Анализ эффективности коммуникационной стратегии в сети Интернет, которые хранятся на кафедре «Цифровая экономика».

9.2. Методические указания для занятий лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов тематического плана. В ходе лекционных занятий раскрываются базовые вопросы в рамках каждой темы дисциплины (Таблица 4) . Обозначаются ключевые аспекты тем, а также делаются акценты на наиболее сложные и важные положения изучаемого материала. Материалы лекций являются опорной основой для подготовки обучающихся к практическим занятиям / лабораторным работам и выполнения заданий самостоятельной работы, а также к мероприятиям текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

В ходе лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала.

9.3. Методические указания по освоению дисциплины на занятиях семинарского типа

Практические (семинарские) занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы. Основной формой проведения семинаров и практических занятий является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также решение задач и разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Практические (семинарские) занятия обучающихся обеспечивают:

– проверку и уточнение знаний, полученных на лекциях;

– получение умений и навыков составления докладов и сообщений, обсуждения вопросов по учебному материалу дисциплины;

– подведение итогов занятий по рейтинговой системе, согласно технологической карте дисциплины.

Приводятся конкретные методические указания для обучающихся по выполнению реферата или эссе, требования к их оформлению, порядок сдачи.

Примерная тематика рефератов

1. Понятие «проект». Основные определения понятия «проект».
2. Основные признаки проекта. Общая схема коммуникационного проекта.
3. Основные типы и виды проектов.
4. Основные подходы к управлению IT проектами
5. Стандарты по управлению проектами.
6. Принципы формирования команды проекта

9.4. Методические указания по самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и мероприятиям текущего контроля и промежуточной аттестации по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных практических заданий и других форм текущего контроля.

При выполнении заданий для самостоятельной работы рекомендуется проработка материалов лекций по каждой пройденной теме, а также изучение рекомендуемой литературы, представленной в Разделе 5.

В процессе самостоятельной работы при изучении дисциплины студенты могут работать на компьютере в специализированных аудиториях для самостоятельной работы (указано в таблице 10). В аудиториях имеется доступ через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» к электронной информационно-образовательной среде университета (ЭИОС) и электронной библиотечной системе (ЭБС), где в электронном виде располагаются учебные и учебно-методические материалы, которые

могут быть использованы для самостоятельной работы при изучении дисциплины.

Для обучающихся по заочной форме обучения самостоятельная работа является основным видом учебной деятельности.

10. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ.

Фонд оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине базируется на перечне компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. ФОС обеспечивает объективный контроль достижения всех результатов обучения, запланированных для дисциплины.

ФОС включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся НГТУ им. Р.Е. Алексеева.

11. АДАПТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОВЗ И ИНВАЛИДОВ

Согласно Федеральному закону от 29.12.2012г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» ст. 79, п.8 профессиональное обучение и профессиональное образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляются на основе образовательных программ, адаптированных при необходимости для обучения указанных обучающихся. Адаптированная рабочая программа разрабатывается по каждой направленности при наличии заявления со стороны обучающегося (родителей, законных представителей) и медицинских показаний (рекомендациями психолого-медико-педагогической комиссии). Для инвалидов адаптированная образовательная программа разрабатывается в соответствии с индивидуальной программой реабилитации.