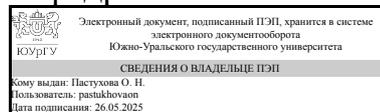


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий выпускающей
кафедрой



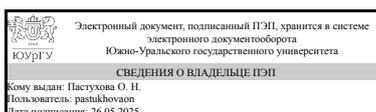
О. Н. Пастухова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.П0.05 Разработка и продвижение Интернет-сайта
для направления 38.03.02 Менеджмент
уровень Бакалавриат
профиль подготовки Менеджмент в производстве и цифровой экономике
форма обучения очно-заочная
кафедра-разработчик Экономика, финансы и финансовое право

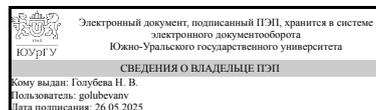
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утверждённым приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 970

Зав.кафедрой разработчика,
к.экон.н., доц.



О. Н. Пастухова

Разработчик программы,
к.экон.н., доц., доцент



Н. В. Голубева

1. Цели и задачи дисциплины

Цель изучения студентами дисциплины заключается в формировании системы знаний и навыков в области формирования и развития организации электронного бизнеса в современных экономических условиях. Задачи дисциплины: 1.

Сформировать у студентов комплекс знаний об организации электронном бизнеса. 2. Развить навыки эффективного управления развитием сетей бизнеса с помощью современных информационных технологий. 3. Углубить знания об анализе, управлении и развитии электронного бизнеса в современных экономических условиях.

Краткое содержание дисциплины

Основы создания Интернет сайтов. Контекстная реклама. SMM. Аналитика рекламных кампаний. SEO-продвижение в поисковой выдаче. Основные системы оплаты в электронной коммерции.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1 Способность обосновывать и выбирать бизнес-возможности реализации решения с точки зрения выбранных целевых показателей деятельности	Знает: технологии продвижения в интернете рекламных и PR-проектов, современные социальные сети и мессенджеры Умеет: продвигать рекламный продукт в социальных сетях и мессенджерах Имеет практический опыт: навыками продвижения рекламного продукта в социальных сетях ВКОНТАКТЕ, Одноклассники, Инстаграм, видео хостинге YouTube, Whats App
ПК-5 Владение разработкой, внедрением и совершенствованием системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий	Знает: основные понятия интернет-продвижения, инструменты интернет-рекламы, основные инструменты увеличения аудитории сайта Умеет: управлять проектами в Интернете, создавать прототип сайта для проекта, подбирать контент, проводить рекламные и PR-кампании в среде Интернет Имеет практический опыт: осуществления выбора модели продвижения проекта в Интернете, навыками подготовки кампании медийной и контекстной рекламы

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Методы принятия управленческих решений, Управление разработкой и внедрением нового продукта, Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете, Практикум по виду профессиональной	Не предусмотрены

деятельности, Бизнес-аналитика для управления цифровой организацией (предприятием), Управление инновациями, Экономический анализ, Логистика и управление цепями поставок в бизнесе, Стратегический менеджмент, Проектный менеджмент в производстве, Управление персоналом, Маркетинг	
--	--

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
Электронная коммерция и продвижение бизнеса в интернете	<p>Знает: основы организации электронной торговли, продвижения бизнеса в интернете, предмет электронной коммерции, классификацию моделей электронного бизнеса, подходы к оценке их эффективности</p> <p>Умеет: собирать и анализировать информацию для создания сайт для организации электронной торговли, продвижения продукцию в сети Интернет, применять на практике инструменты интернет-маркетинга и продвижения в социальных сетях, составлять и анализировать бизнес-план для предприятия электронной коммерции</p> <p>Имеет практический опыт: создания и продвижения Интернет-сайта, SEO оптимизации сайта, продвижения в социальных сетях, создания контекстной рекламы, банерной и тизерной рекламы, организации партнерских отношений в сети Интернет, навыками организации коммерческой деятельности в сети Интернет, оценки эффективности предприятий электронной коммерции; о использования информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной и товароведной деятельности предприятий электронной коммерции</p>
Экономический анализ	<p>Знает: систему показателей экономического анализа хозяйствующих субъектов; инструментарий и аналитические процедуры анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия , аналитические процедуры анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия</p> <p>Умеет: провести расчеты финансово-экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов , прогнозирования динамики основных производственно-экономических показателей с точки зрения выбора бизнес-возможностей</p>

	<p>Имеет практический опыт: прогнозирования динамики основных производственно-экономических показателей деятельности предприятия; навыками выявления проблем на основе выполненного анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия и разработки различных вариантов их решения, навыками разработки различных вариантов решения проблем финансово-хозяйственной деятельности предприятия</p>
<p>Практикум по виду профессиональной деятельности</p>	<p>Знает: процессы совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий, виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач с точки зрения выбранных целевых показателей деятельности, виды рисков организации, способы мониторинга предельно допустимого уровня риска, суть мероприятий и контрольных процедур по управлению рисками Умеет: осуществлять подготовку разработкой, внедрением и совершенствованием системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий, формулировать в рамках поставленной цели бизнес-проекта перечень взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение, анализируя альтернативные варианты с точки зрения выбранных целевых показателей деятельности, идентифицировать, анализировать наиболее критичные риски организации, оценивать предельно допустимый уровень риска организации Имеет практический опыт: управления процессами разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий, определения ожидаемых результатов реализации бизнес-проектов и поиск оптимальных способов решения поставленных задач профессиональной деятельности с точки зрения выбранных целевых показателей деятельности, оценки эффективности воздействия на риск: выбор варианта или метода воздействия на риск, подготовка и внедрение планов воздействия на риск</p>
<p>Бизнес-аналитика для управления цифровой организацией (предприятием)</p>	<p>Знает: цели и задачи бизнес-процессов в сфере цифровой экономики, особенности организации сетевой коммерции и электронного бизнеса и информации в бизнес-аналитики Умеет: производить выбор аналитического ПО для решения задач бизнес-аналитики для управления</p>

	<p>цифровой организацией (предприятием), использовать для решения аналитических задач современные информационные технологии; использовать современные информационные технологии и программные средства Имеет практический опыт: анализа данных в соответствии с поставленной задачей управления цифровой организацией (предприятием), использования информационных технологий необходимых при принятии управленческих решений и моделирования путем их адаптации к конкретным задачам управления в производстве и цифровой экономике</p>
<p>Логистика и управление цепями поставок в бизнесе</p>	<p>Знает: основные положения концепции интегрированной логистики, и обозначает их сильные и слабые стороны, рассчитывает потребности в ресурсах для каждого звена цепи поставок на основании прогноза спроса Умеет: выбрать виды организационных структур служб логистики с указанием достоинств и недостатков, использовать план поставок и производства в цепи поставок для обнаружения узких мест при выполнении плана спроса Имеет практический опыт: выбирать бизнес-возможности реализации решения в сфере логистических бизнес-процессов в цепи поставок, оценки суммарной потребности в ограниченном ресурсе в цепи поставок</p>
<p>Проектный менеджмент в производстве</p>	<p>Знает: процессы и инструменты управления различными функциональными областями проекта; методы рационального планирования (долгосрочного, краткосрочного), с учетом ограниченных ресурсов и факторов неопределенности , методы и практические рекомендации по организации и целевому развитию групп для реализации конкретных задач проекта Умеет: осуществлять контроль и регулирование хода выполнения проекта по его основным параметрам на всех этапах его жизненного цикла , применять методы и модели формирования и функционального взаимодействия групп для реализации конкретных задач проекта Имеет практический опыт: обосновывания и выбора бизнес-возможностей при работке и реализации проектов, методами и средствами решения прикладных задач реализации проекта, организовывая социальное взаимодействие и командную работу</p>
<p>Управление разработкой и внедрением нового продукта</p>	<p>Знает: основные принципы внедрением и совершенствованием системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий при разработки и внедрения нового продукта, теоретические основы и закономерности</p>

	<p>управления развитием нового продукта Умеет: оценивать рыночную ситуацию; адаптировать маркетинговые коммуникации в организации к использованию современных информационных и телекоммуникационных технологий при разработки и внедрения нового продукта, разрабатывать маркетинговую политику организации по продвижению новой продукции на рынок; выбирать методы оценки конкурентоспособности новых продуктов Имеет практический опыт: управления, разработки и реализации товаров на предприятии с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий, определения емкости рынка нового продукта; разработки маркетингового комплекса в продвижении нового продукта; оценки рыночных рисков новых товаров; оценки конкурентоспособности новых продуктов</p>
Управление персоналом	<p>Знает: основы эффективной презентации, самопрезентации, аспектов устной и письменной деловой речи, невербальных коммуникаций при управлении персоналом , систему стратегического управления персоналом, варианты ее организационного оформления, состав функций по направлениям деятельности системы управления персоналом Умеет: создавать устные и письменные высказывания, учитывая коммуникативные качества речи при управлении персоналом, определять факторы, оказывающие влияние на разработку стратегии управления персоналом., особенно при выборе новых бизнес-возможностей Имеет практический опыт: письменным и устным аргументированным изложением собственной точки зрения, ведения документооборота при управлении персоналом, применения методов SWOT-анализ, сравнительный анализ, экспертный метод; реализации стратегии управления персоналом, взаимосвязь с бизнес планированием</p>
Стратегический менеджмент	<p>Знает: методологические основы стратегического управления организацией с целью внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации Умеет: планировать деятельность организации на основе методов стратегического анализа; разрабатывать стратегии, направленные на совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий Имеет практический опыт: реализации выбранной стратегии совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных</p>

	и телекоммуникационных технологий
Управление инновациями	<p>Знает: основные теоретико-методологические основы управления инновациями, методы и практические рекомендации по организации и целевому развитию групп для реализации конкретных задач инновационного проекта</p> <p>Умеет: сопоставлять разные источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений в области вопросов управления инновациями, применять методы и модели формирования и функционального взаимодействия групп для реализации конкретных задач инновационного проекта</p> <p>Имеет практический опыт: анализа информации и выбора возможных вариантов решения поставленной задачи в области управления инновациями, оценки достоинств и недостатков инновационного решения, методами и средствами инновационного решения прикладных задач реализации проекта с учетом ограниченных ресурсов</p>
Маркетинг	<p>Знает: основы принятия маркетинговых решений в различных областях жизнедеятельности, в том числе в сфере маркетинговых коммуникаций в организации, основы принятия маркетинговых решений при оценке новые рыночные возможности, развития новых направлений деятельности и организаций; основы организации маркетинговой деятельности, комплекса маркетинга, основные этапы маркетинговых исследований</p> <p>Умеет: использовать понятийный аппарат дисциплины, оценивать, анализировать информацию о совершенствовании системы маркетинговых коммуникаций в организации, оценивать, анализировать информацию при разработке бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций, анализировать маркетинговую информацию с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем</p> <p>Имеет практический опыт: использования инструментов маркетинга для принятия управленческих решений в целях разработки, внедрения и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий, использования инструментов маркетинга при разработке бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций, описания конъюнктуры рынка; разработки маркетинговых моделей, планов, проведения маркетинговых исследований</p>
Методы принятия управленческих решений	Знает: принципы, способы и методы оценки

	<p>рыночных и специфических рисков для принятия управленческих решений, методы принятия управленческих решений с целью совершенствования системы маркетинговых коммуникаций Умеет: оценивать риски, доходность и эффективность принимаемых управленческих, финансовых и инвестиционных решений, анализировать и оценивать критерии и ограничения при принятии управленческих решений с целью совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий Имеет практический опыт: навыками применения методов принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью с учетом рисков, оценкой вероятности их наступления, принятия и оценки эффективности управленческих решений с целью совершенствования системы маркетинговых коммуникаций в организации с использованием современных информационных и телекоммуникационных технологий</p>
--	---

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 40,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		9
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	36	36
Лекции (Л)	12	12
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	24	24
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	31,75	31,75
Подготовка к зачёту	10	10
Изучение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям по темам дисциплины	11,75	11.75
Решение домашней работы по условию	10	10
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах
-----------	----------------------------------	---

		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Сущность и основы электронного бизнеса в современных условиях	12	4	8	0
2	Электронная коммерция и электронный маркетинг в современных экономических условиях	12	4	8	0
3	Инновационные инструменты развития электронного бизнеса	12	4	8	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1-2	1	Основы электронного бизнеса на современном этапе развития. Основные направления и перспективы развития электронного бизнеса	4
3-4	2	Корпоративный Интернет-сайт как площадка маркетинговой коммуникации. Поисковые системы. SEO-оптимизация. Основные рекламные системы в Интернете. SMM-маркетинг	4
5-6	3	Инновации электронного бизнеса	4

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1-2	1	Основы организации электронного бизнеса в сфере розничной торговле	4
3-4	1	Современный уровень развития электронной коммерции в России и за рубежом. Основные достоинства и недостатки электронной коммерции и традиционной розничной торговли	4
5-6	2	Основные инструменты SEO-оптимизации и их применение для продвижения Интернет-сайта. Основные виды корпоративных Интернет-сайтов. Google Adwords и "Яндекс Директ" как основные участники рынка электронной коммерции в России	4
7-8	2	Предмет и сущность поисковых систем в Интернете. SMM-маркетинг в социальных сетях Instagram, Facebook, Одноклассники. Основные электронные каталоги и правила регистрации в них	4
9-10	3	Основные пути развития электронного бизнеса. Ретаргетинг как средство привлечения клиентов.	4
11-12	3	Лидогенерация в электронной коммерции.	4

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка к зачёту	ЭУМД, осн. лит. № 1, метод. пос. для СРС: 5 все разделы	9	10

Изучение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям по темам дисциплины	Консультант + ПУМД, осн. лит. №1, все разделы, допол. №1,2 все разделы	9	11,75
Решение домашней работы по условию	Консультант + ПУМД, осн. лит. №1, все разделы, допол. №1,2 все разделы ЭУМД, осн. лит. № 1, метод. пос. для СРС: 5 все разделы	9	10

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	9	Текущий контроль	Проверка выполнения домашней работы	1	3	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся, утвержденная приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179 (в редакции приказа ректора от 10.03.2022 г. № 25-13/09).</p> <p>Критерии начисления баллов за выполнение домашнего задания:</p> <ul style="list-style-type: none"> - задание домашней работы выполнены верно (при наличии верного ответа и подробного хода решения задания, с указанием единиц измерения итоговых ответов и полученных промежуточных результатов (допускается наличие двух незначительных погрешностей в решении). – 3 балла; - задание домашней работы выполнены верно, но имеются недочеты, не влияющие на конечный результат (при наличии верного решения при отсутствии подробного хода решения задания, при этом допускается не более трёх незначительных погрешностей в решении; не указаны единицы измерения итога и/или полученных промежуточных результатов) – 2 балла; - в результатах выполнения домашней работы есть существенные ошибки, но ход выполнения верен (при наличии существенных ошибок в решении, в результате которых дан неверный ответ, но при этом общий ход решения является 	зачет

						<p>правильным) – 1 балл; - работа не предоставлена (или предоставлена чужая работа) или содержит грубые ошибки (при наличии существенных ошибок в решении, в результате которых сформулированы неверные ответ и ход решения, или в случае отсутствия решения) – 0 баллов. Максимальное количество баллов – 3. Весовой коэффициент мероприятия – 1.</p>	
2	9	Текущий контроль	Проверка практических работ	1	3	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся, утвержденная приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179 (в редакции приказа ректора от 10.03.2022 г № 25-13/09). Критерии начисления баллов (за каждую практическую работу): - при наличии верного решения практической работы, если уровень самостоятельности выполнения высок и студент демонстрирует владение материалом, отвечая на вопросы о последовательности выполнения работы и её результатах, при этом выводы работы аргументированы – 3 балла; - задания практической работы выполнены верно, но имеются недочеты, не влияющие на конечный результат – 2 балла; - в результатах выполнения практической работы есть существенные ошибки, но ход выполнения верен – 1 балл; - при отсутствии решения, в случае выявленного плагиата (предоставления на проверку чужой работы), а также при неспособности студента прокомментировать ход работы и сделанные выводы – 0 баллов. Максимальное количество баллов (за каждую практическую работу) – 3. Весовой коэффициент мероприятия – 1.</p>	зачет
3	9	Текущий контроль	Тестирование	1	20	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся, утвержденная приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179 (в редакции приказа ректора от 10.03.2022 г № 25-13/09). Тест состоит из 20 вопросов, позволяющих оценить сформированность компетенций. На ответы отводится 1 час. Правильный ответ на вопрос соответствует 1 баллу. Неправильный ответ на вопрос соответствует 0 баллов. Максимальное количество баллов – 20.</p>	зачет

						Весовой коэффициент мероприятия – 1.	
4	9	Текущий контроль	Проверка выполнения заданий по лекциям	1	3	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Критерии начисления баллов (за каждую тему лекции):</p> <ul style="list-style-type: none"> - ответ полный, точный – 3 балла; - ответ в основном полный, но имеются недочеты (например, упущено не более двух существенных аспектов, освещённых по ходу лекции; имеются отдельные орфографические ошибки, опiski и т.п.) – 2 балла; - ответ краткий, отражены не все существенные аспекты (упущено более двух существенных аспектов, освещённых по ходу лекции; в большом количестве имеются орфографические ошибки, опiski и т.п.) – 1 балл; - ответ не представлен (или представлен чужой ответ) – 0 баллов. <p>Максимальное количество баллов (за каждую тему лекции) – 3.</p> <p>Весовой коэффициент мероприятия – 1.</p>	зачет
5	9	Промежуточная аттестация	Зачет	-	3	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся, утвержденная приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179 (в редакции приказа ректора от 10.03.2022 г. № 25-13/09).</p> <p>Критерии начисления баллов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - при наличии верного решения задачи (допускается наличие двух незначительных погрешностей в решении) а также при демонстрации студентом глубоких и системных знаний по предмету (при ответах на теоретические вопросы задания и дополнительные вопросы) - 3 балла; - при наличии верного решения (допускается наличие трех и более незначительных погрешностей в решении или одной существенной ошибки) а также при демонстрации студентом уверенных и системных знаний по предмету (при ответах на теоретические вопросы билета и дополнительные вопросы) – 2 балла; - при наличии двух-трех существенных ошибок в решении, а также при демонстрации студентом поверхностных знаний по предмету (при ответах на теоретические вопросы билета и дополнительные вопросы) – 1 балл; 	зачет

						- при наличии четырех и более существенных ошибок в решении или в случае отсутствия решения, а также при демонстрации студентом глубоких пробелов в знаниях по предмету (при ответах на теоретические вопросы билета и дополнительные вопросы) –0 баллов. Максимальное количество баллов за промежуточную аттестацию – 3.	
6	9	Бонус	Бонусное задание	-	0	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся, утвержденная приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179 (в редакции приказа ректора от 10.03.2022 г № 25-13/09).</p> <p>Студент представляет копии документов, подтверждающие участие в научных, научно-практических конференциях, публикации статей (тезисов) по темам изучаемой дисциплины.</p> <p>Критерии начисления баллов.</p> <p>Личное призовое место на олимпиаде, диплом конференции или конкурса (по дисциплине):</p> <p>+15 % за диплом конференции международного уровня,</p> <p>+10 % за диплом конференции российского уровня,</p> <p>+5 % за диплом конференции университетского уровня.</p> <p>Участие в олимпиадах, конкурсах, научно-практических конференциях, публикации по тематике дисциплины: +1 % за каждое мероприятие.</p> <p>Максимально возможная величина бонус-рейтинга +15 %.</p>	зачет

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	Итоговая оценка студента по предмету определяется на основании его рейтинга по дисциплине. Рейтинг рассчитывается только по результатам текущего контроля в соответствии с п. 2.4 Положения «О балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся» (в редакции приказа ректора от 10.03.2022 г № 25-13/09). При этом, с целью повышения своего рейтинга студент вправе пройти контрольное мероприятие в рамках промежуточной аттестации. В начале процедуры зачёта преподаватель раздаёт студентам зачётные задания, на которые им необходимо подготовить письменный ответ, включающий решение задачи. В процессе проведения зачёта преподаватель	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

	контролирует самостоятельность подготовки ответа студентом, при необходимости – осуществляет пояснения и уточнения. По истечении времени, отведённого для подготовки, студент сдаёт ответ преподавателю для проверки, в случае возникших у преподавателя вопросов – комментирует его. Преподаватель выставляет оценку в соответствии с критериями.	
--	--	--

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ					
		1	2	3	4	5	6
ПК-1	Знает: технологии продвижения в интернете рекламных и PR-проектов, современные социальные сети и мессенджеры	+	+	+	+	+	+
ПК-1	Умеет: продвигать рекламный продукт в социальных сетях и мессенджерах	+	+	+	+	+	+
ПК-1	Имеет практический опыт: навыками продвижения рекламного продукта в социальных сетях ВКОНТАКТЕ, Одноклассники, Инстаграм, видео хостинге YouTube, Whats App	+	+			+	+
ПК-5	Знает: основные понятия интернет-продвижения, инструменты интернет-рекламы, основные инструменты увеличения аудитории сайта	+	+	+	+	+	+
ПК-5	Умеет: управлять проектами в Интернете, создавать прототип сайта для проекта, подбирать контент, проводить рекламные и PR-кампании в среде Интернет	+	+	+	+	+	+
ПК-5	Имеет практический опыт: осуществления выбора модели продвижения проекта в Интернете, навыками подготовки кампании медийной и контекстной рекламы	+	+			+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Басовский, Л.Е. Маркетинг: курс лекций / Л.Е. Басовский.- М.: ИНФРА-М, 2010.- 219 С.- (Высшее образование)

б) дополнительная литература:

1. Коршунов, В.В. Экономика организации (предприятия) : учебник и практикум для прикладного бакалавриата: рек. УМО для вузов по эконом. направ. и спец. / В. В. Коршунов.- 3-е изд., перераб. и доп.- М.: Юрайт, 2015.- 407 с.
2. Выварец, А.Д. Экономика предприятия: учебник для вузов / А.Д.Выварец.- М.: ЮНИТИ, 2007.- 543 с.
3. Жидилева, В.В. Экономика предприятия : учеб. пособие / В.В.Жидилева, Ю.Н.Каптейн. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 133 с.- (Высшее образование. Бакалавриат)
4. Зайцев, Н. Л. Экономика промышленного предприятия [Текст] : учебник / Н. Л. Зайцев. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. : Инфра- м, 2011
5. Баздникин, А.С. Цены и ценообразование: учебник и практикум для академического бакалавриата: рек. УМО для вузов по эконом. направ. и спец. /А.С.Баздникин. - 2-е изд., перераб. и доп.- М.: Юрайт, 2014.- 370 с.- (Бакалавр. Академический курс).

6. Липсиц, И.В. Ценообразование: учебно-практ. пособие для бакалавров: доп. Советом УМО по направ. "Маркетинг" / И.В. Липсиц. - М.: Юрайт, 2012. - 399 с. - (Учебники НИУ ВШЭ)

7. Маркетинг: теория и практика: учеб. пособие для бакалавров: доп. МОиН РФ для вузов по эконом. направ. и спец. /под общ. ред. С.В.Карповой.- М.: Юрайт, 2014.- 408 с.

8. Багиев, Г.Л. Маркетинг: учебник по экон. спец. / Г.Л.Багиев, В.М.Тарасевич, Х.Анн; под общ. ред. Г.Л.Багиева.- 3-е изд., перераб.- СПб.: Питер, 2008.- 736 с

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Журнал Цена - дайджест – <http://www.pinfo.ru>

2. Журнал Маркетинг в России и за рубежом - <http://www.dis.ru/market>

3. Ценообразование в электроэнергетике - <http://www2.kodeks.net:9000/>

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Организация самостоятельной работы студентов высшей школы. Учебно-методическое пособие для преподавателей высшей школы. Даутова О.Б. http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=49984

2. Организация самостоятельной работы студентов : методические рекомендации / составители В. А. Бескровная [и др.]. — Великие Луки : ВЛГАФК, 2015. — 164 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/151119> (дата обращения: 16.11.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Крюкова, Е. 100+ хаков для интернет-маркетологов: Как получить трафик и конвертировать его в продажи / Е. Крюкова, Д. Савельев. — Москва : Альпина Паблишер, 2018. — 303 с. — ISBN 978-5-9614-6515-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/102801> (дата обращения: 23.05.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4. Материалы электронного курса по дисциплине "Разработка и продвижение Интернет-сайта". [Электронный ресурс]: учебно-методическое обеспечение /разраб. каф. ЭФиФП. — Миасс : ЮУрГУ, 2025. — Режим доступа: <https://edu.susu.ru>

5. Николаева, М. А. Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг : учебное пособие / М. А. Николаева. — Екатеринбург : УрГПУ, 2017. — 166 с. — ISBN 978-5-7186-0867-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/159004> (дата обращения: 23.05.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Организация самостоятельной работы студентов : методические рекомендации / составители В. А. Бескровная [и др.]. — Великие Луки : ВЛГАФК, 2015. — 164 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/151119> (дата обращения: 16.11.2020). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. Крюкова, Е. 100+ хаков для интернет-маркетологов: Как получить трафик и конвертировать его в продажи / Е. Крюкова, Д. Савельев. — Москва : Альпина Паблишер, 2018. — 303 с. — ISBN 978-5-9614-6515-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/102801> (дата обращения: 23.05.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Материалы электронного курса по дисциплине "Разработка и продвижение Интернет-сайта". [Электронный ресурс]: учебно-методическое обеспечение /разраб. каф. ЭФиФП. — Миасс : ЮУрГУ, 2025. — Режим доступа: <https://edu.susu.ru>

4. Николаева, М. А. Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг : учебное пособие / М. А. Николаева. — Екатеринбург : УрГПУ, 2017. — 166 с. — ISBN 978-5-7186-0867-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/159004> (дата обращения: 23.05.2022). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Методические пособия для самостоятельной работы студента	Учебно-методические материалы кафедры	Материалы электронного курса по дисциплине "Разработка и продвижение Интернет-сайта". [Электронный ресурс]: учебно-методическое обеспечение /разраб. каф. ЭФиФП. — Миасс : ЮУрГУ, 2025. — Режим доступа: https://edu.susu.ru
2	Основная литература	Электронно-библиотечная система Znanium.com	Богданов, М. Р. Разработка клиентских приложений Web-сайтов : краткий курс / М. Р. Богданов. - Москва : ИНТУИТ, 2016. - 195 с. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2157481 (дата обращения: 25.05.2025). – Режим доступа: по подписке.
3	Основная литература	Электронно-библиотечная система Znanium.com	Шитов, В. Н. Разработка информационного контента (по отраслям) : учебное пособие / В.Н. Шитов. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 178 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1853495. - ISBN 978-5-16-017434-1. - Текст : электронный. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/1853495 (дата обращения: 25.05.2025). – Режим доступа: по подписке.
4	Дополнительная литература	Национальная электронная библиотека	Будилов, Вадим. Интернет-программирование на Java / Вадим Будилов. — СПб. : БХВ-Петербург, 2003. — 694 с. : ил., табл. : 24 см — (Мастер программ); ISBN 5-94157-272-7 (в обл.). https://rusneb.ru/catalog/000199_000009_002369837/
5	Методические пособия для самостоятельной работы студента	ЭБС IPR SMART	Титов, В. А. Разработка WEB-сайта средствами языка HTML : учебное пособие / В. А. Титов, Г. И. Пещеров. — Москва : Институт мировых цивилизаций, 2018. — 184 с. — ISBN 978-5-9500469-3-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/80643.html (дата обращения: 05.11.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
6	Дополнительная литература	ЭБС IPR SMART	Гранкин, В. Е. Разработка web-сайтов средствами online конструктора uKit : практикум / В. Е. Гранкин. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 78 с. — ISBN 978-5-4497-1464-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс

			IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/117041.html (дата обращения: 21.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
7	Дополнительная литература	ЭБС IPR SMART	Фролов, А. Б. Основы web-дизайна. Разработка, создание и сопровождение web-сайтов : учебное пособие для СПО / А. Б. Фролов, И. А. Нагаева, И. А. Кузнецов. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 244 с. — ISBN 978-5-4488-2231-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/142814.html (дата обращения: 03.09.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей
8	Основная литература	ЭБС IPR SMART	Фролов А.Б. Web-сайт. Разработка, создание, сопровождение : учебное пособие / Фролов А.Б., Нагаева И.А., Кузнецов И.А.. — Саратов : Вузовское образование, 2024. — 355 с. — ISBN 978-5-4487-1025-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/142801.html (дата обращения: 25.05.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Microsoft windows (SoftwareAssurancePack Academic 1 Year - Миасс)(31.12.2019)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -Консультант Плюс (Миасс)(31.12.2024)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Самостоятельная работа студента	213 (1)	Стол студенческий – 4 шт. Системный блок – 12 шт. Монитор – 12 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стол для компьютера – 16 шт. Стул - 23 шт. Доска - 1 шт. Жалюзи - 3 шт. Копировальный аппарат – 1 шт. Кондиционер – 1 шт. Факс – 1 шт. Кафедра – 1 шт. Стеллаж для личных вещей – 3 шт.
Лекции	105 (1)	Системный блок – 1 шт. Монитор – 1 шт. Колонки – 2 шт. Мультимедийный проектор – 1 шт. Экран – 1 шт. Парта 3-х местная - 8 шт. Парта 2-х местная - 17 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стул - 2 шт. Доска - 1 шт. Жалюзи - 4 шт. Кафедра - 1 шт.
Зачет	105 (1)	Системный блок – 1 шт. Монитор – 1 шт. Колонки – 2 шт. Мультимедийный проектор – 1 шт. Экран – 1 шт. Парта 3-х местная - 8 шт. Парта 2-х местная - 17 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стул - 2 шт. Доска - 1 шт. Жалюзи - 4 шт. Кафедра - 1 шт.
Практические занятия и семинары	105 (1)	Системный блок – 1 шт. Монитор – 1 шт. Колонки – 2 шт. Мультимедийный проектор – 1 шт. Экран – 1 шт. Парта 3-х местная - 8 шт. Парта 2-х местная - 17 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стул - 2 шт. Доска - 1 шт. Жалюзи - 4 шт. Кафедра - 1 шт.
Контроль самостоятельной работы	105 (1)	Системный блок – 1 шт. Монитор – 1 шт. Колонки – 2 шт. Мультимедийный проектор – 1 шт. Экран – 1 шт. Парта 3-х местная - 8 шт. Парта 2-х местная - 17 шт. Стол для преподавателя - 1 шт. Стул - 2 шт.

	Доска - 1 шт. Жалюзи - 4 шт. Кафедра - 1 шт.
--	--