

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Рабочая программа дисциплины

Реклама и связи с общественностью в компьютерных сетях

<i>Направление подготовки</i>	Реклама и связи с общественностью
<i>Код</i>	42.03.01
<i>Направленность (профиль)</i>	Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК-6
Профессиональные	-	ПК-7

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-6	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-6.1 Применяет технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде ПК-6.2 Использует при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью основные приёмы и методы копирайтинга ПК-6.3 Применяет различные технические средства в организации специальных мероприятий
ПК-7	Способен разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-7.1 Использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-7.2 Составляет основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-7.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК-6		

	-принципы организации современной коммуникационной инфраструктуры в рекламе и PR для решения профессиональных задач -особенности медиапланирования в новых СМИ	-использовать современные технологии построения эффективной рекламной коммуникации с использованием компьютерных сетей -применять прикладные информационные технологии в рекламе и в сфере связей с общественностью	-навыками управления и защиты информации в сфере рекламы и связей с общественностью -навыками организации рекламных и PR мероприятий с использованием сетевых технологий
Код компетенции	ПК-7		
	-основные маркетинговые инструменты; -основы проведения маркетинговых исследований	-использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного интернет-продукта	-владеть инструментами планирования производства коммуникационного интернет-продукта; инструментами реализации коммуникационного интернет-продукта.

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана ОПОП. Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с такими дисциплинами, как: «Международно-культурное проектирование», «Кросс-культурные коммуникации».

Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: авторский, проектный, маркетинговый, организационный, технологический.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR

5. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>	<i>Формы обучения</i>			
	<i>Очная</i>	<i>Очно-заочная</i>	<i>Заочная</i>	<i>Заочная с применением ДОТ</i>

Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы		3/108	3/108	3/108	3/108
Контактная работа:					
	Занятия лекционного типа	14	8	4	2
	Занятия семинарского типа	14	12	4	2
	Промежуточная аттестация: Зачет	0,1	0,1	4	4
Самостоятельная работа (СРС)		79,9	87,9	96	100

6.Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самосто ятельна я работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практи ческие занятия	Семина ры	Лабора торные раб.	Иные занятия	
1.	Интернет как коммуникативное пространство. Виды интернет-сервисов	4		4				17
2.	Аудитория Интернета. Корпоративный сайт как основа интернет-коммуникаций	4		4				17
3.	Медиарилейшнз в онлайн-среде. Рекламные технологии в Интернете.	2		2				17
4.	Почтовые рассылки. Блоги в связях с общественностью. Социальные сети в связях с общественностью	2		2				17

5.	Современные тенденции развития информационных технологий в связях с общественностью.	2		2				11,9
	Итого	14		14				79,9
Промежуточная аттестация		0,1						
Итого		108						

6.1.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные работы	Иные	
1.	Интернет как коммуникативное пространство. Виды интернет-сервисов	2		2				25
2.	Аудитория Интернета. Корпоративный сайт как основа интернет-коммуникаций	2		2				25
3.	Медиаарилейшнз в онлайн-среде. Рекламные технологии в Интернете.	1		2				20
4.	Почтовые рассылки. Блоги в связях с общественностью. Социальные сети в связях с общественностью	2		2				10
5.	Современные тенденции развития информационных технологий в связях с общественностью.	1		4				7,9
	Итого	8		12				87,9
Промежуточная аттестация		0,1						

6.1.3. Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самостоя тельная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практи ческие занятия	Семина ры	Лабора торные работы	Иные	
1.	Интернет как коммуникативное пространство. Виды интернет-сервисов	1		1				30
2.	Аудитория Интернета. Корпоративный сайт как основа интернет-коммуникаций	1		1				20
3.	Медиаарилейшнз в онлайн-среде. Рекламные технологии в Интернете.			1				10
4.	Почтовые рассылки. Блоги в связях с общественность ю. Социальные сети в связях с общественность ю	1		1				20
5	Современные тенденции развития информационных технологий в связях с общественность ю.	1		1				16
	Итого	4		4				96
Промежуточная аттестация			4					
Итого			108					

6.1.4. Заочная форма обучения с применением ДОТ

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самост оатель ная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практи ческие занятия	Семи нары	Лабор аторн ые раб.	Иные занятия	
1.	Интернет как коммуникативное пространство. Виды интернет-сервисов	1						20
2.	Аудитория Интернета. Корпоративный сайт как основа интернет-коммуникаций	1		0,5				20
3.	Медиарилейшнз в онлайн-среде. Рекламные технологии в Интернете.			0,5				20
4.	Почтовые рассылки. Блоги в связях с общественностью. Социальные сети в связях с общественностью			0,5				20
5.	Современные тенденции развития информационных технологий в связях с общественностью.			0,5				20
Итого		2		2				100
Промежуточная аттестация		4						

6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Интернет как коммуникативное пространство. Виды интернет-сервисов	Определения Интернета. Социально-коммуникативные функции Интернета. Виды коммуникации в Интернете. Характерные особенности компьютерно-опосредованного общения. Дисфункции Интернета. Интернет-технологии и сервисы. Интернет-сервисы как каналы коммуникации. Интернет-сервисы как технические решения.
2.	Аудитория Интернета. Корпоративный сайт как основа интернет-	Понятие аудитории Интернета. Мировая аудитории Интернета. Различия аудитории по степени интенсивности и разносторонности

	коммуникаций	использования Интернета. Аудитория социальных медиа. Российская аудитория Интернета. Преимущества и виды веб-сайтов. Подготовительный этап работы над корпоративным сайтом. Структура корпоративного сайта. Дизайн. Техническое исполнение и системы управления сайтом (CMS). Тестирование. Оценка эффективности. Особенности разработки сайта на аутсорсинге.
3.	Медиарилейшнз в онлайн-среде. Рекламные технологии в Интернете.	Влияние Интернета на традиционные СМИ. Интернет-журналистика. Основные инструменты медиарилейшнз в Интернете. Понятие интернет-рекламы и ее виды. Основные характеристики интернет-рекламы. Оптимизация бюджета. Специфика работы с агентствами интернет-рекламы. Медийная (баннерная) реклама. Контекстная реклама. Реклама в RSS-каналах.
4.	Почтовые рассылки. Блоги в связях с общественностью. Социальные сети в связях с общественностью	Несогласованные массовые рассылки в Интернете. Рассылка по списку подписчиков. Средства осуществления рассылки. Создание эффективных почтовых рассылок. Блог и блогосфера: определение понятий. Виды блогов. Блогосфера и СМИ. Блоги как причина изменений в PR. Методы оценки эффективности корпоративных блогов. Фолксономический принцип организации информации. Типы социальных сетей. «Молва» в социальных сетях. Вирусный маркетинг. Скрытый маркетинг. Игры в альтернативной реальности и сетевые игры.
5	Современные тенденции развития информационных технологий в связях с общественностью.	Информационные технологии в инновационной экономике. Тенденции развития информационных технологий. Перспективные направления развития связей с общественностью.

6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Интернет как коммуникативное пространство. Виды интернет-сервисов	Виды коммуникации в Интернете. Характерные особенности компьютерно-опосредованного общения. Интернет-сервисы как каналы коммуникации. Интернет-сервисы как технические решения.
2.	Аудитория Интернета. Корпоративный сайт как основа интернет-коммуникаций	Аудитория социальных медиа. Российская аудитория Интернета. Структура корпоративного сайта. Дизайн. Техническое исполнение и системы управления сайтом (CMS). Тестирование.

3.	Медиарилейшнз в онлайн-среде. Рекламные технологии в Интернете.	Основные инструменты медиарилейшнз в Интернете. Специфика работы с агентствами интернет-рекламы. Медийная (баннерная) реклама. Контекстная реклама. Реклама в RSS-каналах.
4.	Почтовые рассылки. Блоги в связях с общественностью. Социальные сети в связях с общественностью	Средства осуществления рассылки. Создание эффективных почтовых рассылок. Методы оценки эффективности корпоративных блогов. Вирусный маркетинг. Скрытый маркетинг.
5.	Современные тенденции развития информационных технологий в связях с общественностью.	Перспективные направления развития связей с общественностью.

6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Интернет как коммуникативное пространство. Виды интернет-сервисов	Определения Интернета. Социально-коммуникативные функции Интернета. Виды коммуникации в Интернете. Характерные особенности компьютерно-опосредованного общения. Дисфункции Интернета. Интернет-технологии и сервисы. Интернет-сервисы как каналы коммуникации. Интернет-сервисы как технические решения.
2.	Аудитория Интернета. Корпоративный сайт как основа интернет-коммуникаций	Понятие аудитории Интернета. Мировая аудитория Интернета. Различия аудитории по степени интенсивности и разносторонности использования Интернета. Аудитория социальных медиа. Российская аудитория Интернета. Преимущества и виды веб-сайтов. Подготовительный этап работы над корпоративным сайтом. Структура корпоративного сайта. Дизайн. Техническое исполнение и системы управления сайтом (CMS). Тестирование. Оценка эффективности. Особенности разработки сайта на аутсорсинге.
3.	Медиарилейшнз в онлайн-среде. Рекламные технологии в Интернете.	Влияние Интернета на традиционные СМИ. Интернет-журналистика. Основные инструменты медиарилейшнз в Интернете. Понятие интернет-рекламы и ее виды. Основные характеристики интернет-рекламы. Оптимизация бюджета. Специфика работы с агентствами интернет-рекламы. Медийная (баннерная) реклама. Контекстная реклама. Реклама в RSS-каналах.

4.	Почтовые рассылки. Блоги в связях с общественностью. Социальные сети в связях с общественностью	Несогласованные массовые рассылки в Интернете. Рассылка по списку подписчиков. Средства осуществления рассылки. Создание эффективных почтовых рассылок. Блог и блогосфера: определение понятий. Виды блогов. Блогосфера и СМИ. Блоги как причина изменений в PR. Методы оценки эффективности корпоративных блогов. Фолксономический принцип организации информации. Типы социальных сетей. «Молва» в социальных сетях. Вирусный маркетинг. Скрытый маркетинг. Игры в альтернативной реальности и сетевые игры.
5	Современные тенденции развития информационных технологий в связях с общественностью.	Информационные технологии в инновационной экономике. Тенденции развития информационных технологий. Перспективные направления развития связей с общественностью.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:

- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

7.1 Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1	Интернет как коммуникативное пространство. Виды интернет-сервисов	Опрос, проблемно-аналитическое задание, информационный проект Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
2.	Аудитория Интернета. Корпоративный сайт как основа интернет-коммуникаций	Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
3.	Медиариелейшнз в онлайн-среде. Рекламные	Опрос, проблемно-аналитическое задание, исследовательский проект

	технологии в Интернете.	Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
4	Почтовые рассылки. Блоги в связях с общественностью. Социальные сети в связях с общественностью	Опрос, проблемно-аналитическое задание, информационный проект Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
5	Современные тенденции развития информационных технологий в связях с общественностью.	Опрос, проблемно-аналитическое задание, эссе Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Типовые вопросы на практических занятиях

1. Существует ли на настоящий момент единое и общепринятое определение Интернета, учитывающее все аспекты взаимодействия Сети, общества и человека? Предложите собственное определение Интернета.
2. Назовите социально-коммуникативные функции, которые выполняет Интернет по отношению к личности и обществу.
3. Перечислите характерные особенности компьютерно-опосредованного типа общения, которые становятся все более и более заметными в современной жизни, и назовите негативные последствия распространения интернет-общения.
4. Дайте определение интернет-сервисов и интернет-технологий.
5. Какого рода информацию о посетителях сайта можно получить, используя счетчики посещаемости?
6. Назовите наиболее известные исследовательские организации и исследовательские проекты, посвященные изучению аудитории Интернета.
7. Какие сервисы Интернета, по мнению специалистов, имеют наибольшую перспективу для развития?
8. Дайте классификацию веб-сайтов.
9. Опишите этапы создания корпоративного сайта.
10. Какова типовая структура корпоративного сайта?
11. Что такое юзабилити?
12. Что такое CMS? Какие параметры являются значимыми при выборе конкретной версии CMS?
13. Каковы критерии эффективности работы корпоративного сайта?
14. В чем заключаются основные отличия интернет-СМИ от традиционных?
15. Каково влияние Интернета на традиционные СМИ?
16. Опишите основные отличия интернет-журналистики от других видов журналистики.
17. Перечислите основные инструменты медиарилейшнз в Интернете.
18. Опишите особенности использования электронной почты как основного инструмента официальной и деловой коммуникации.
19. Чем электронный пресс-релиз отличается от обычного и какие способы его распространения вы знаете?
20. Каковы проблемы коммуникации с журналистами с помощью форумов, блогов, конференций и социальных сетей?
21. Каковы возможности мониторинга СМИ через Интернет?

22. Опишите основные элементы раздела для прессы корпоративного сайта.
23. В чем заключаются особенности медиарелейшнз в онлайн-среде?
24. Назовите основные отличия интернет-рекламы от рекламы с использованием других каналов коммуникации.
25. В чем заключается управляемость интернет-рекламы?
26. Назовите основные метрики, используемые для анализа эффективности интернет-рекламы.
27. В чем состоят плюсы работы с агентствами интернет-рекламы?
28. Что должен включать в себя отчет по итогам рекламной кампании?
29. Назовите основные типы файлов, используемых при создании баннеров.
30. Какие варианты размещения баннеров возможны на определенном сайте и в медиасети?
31. Назовите пять основных форматов баннеров.
32. Какие форматы следует использовать для рекламы, если ставится цель повысить узнаваемость бренда? Если цель — продажа продукта класса premium?
33. Назовите основных игроков рынка контекстной рекламы.
34. Что такое гарантированное размещение?
35. В чем состоят сравнительные преимущества и недостатки бесплатных и коммерческих систем для почтовых рассылок?
36. Назовите основные правила создания успешной почтовой рассылки.
37. Какие способы существуют для продвижения рассылки и увеличения числа подписчиков?
38. В чем заключаются особенности блогосферы как новой коммуникативной среды?
39. Какие возможности для продвижения товаров существуют в социальных сетях?
40. Опишите основные тенденции развития современного электронного бизнеса и информационных технологий.
41. Что такое новые медиа?
42. Каковы преимущества и недостатки компьютерных игр как канала коммуникации?

Типовые рефераты

1. Основные этапы развития интернет-технологий.
2. Характеристика основным принципам развития глобальной сети Интернет.
3. Основные виды доменных имен, преимущества и недостатки отдельных видов.
4. Принципы сетевой архитектуры.
5. Алгоритм поиска в Интернете информации о конкретных людях, компаниях и товарах.
6. Особенности, способности, инструменты Google и Yandex.
7. Интернет-ресурсы об интернет-поиске.
8. Осуществление поиска информации в Интернете PR-специалиста.
9. Основные характеристики PR-текста.
10. Основные правила составления электронного PR-текста.
11. Электронный бизнес.
12. Основные направления электронного бизнеса.
13. Сущность основных бизнес-моделей электронного бизнеса.
14. Основные инструменты интернет-маркетинга.
15. Влияние электронного бизнеса, электронного маркетинга и инструментов интернет-маркетинга на связи с общественностью.
43. Таргетинг: основные виды таргетинга.
44. Основные принципы организации информации в социальных сетях.

Информационный проект (презентация)

1. Электронный маркетинг и интернет-маркетинг.
2. SEO-копирайтинг.
3. Стартап.
4. Специфика мобильного маркетинга.
5. Сравнительный анализ наиболее распространенных технологий Веб 1.0 и Веб 2.0.
6. Основные различия между ARG и компьютерными играми?
7. Основные правила взаимодействия PR-специалиста компании с гражданскими маркетологами.
8. Основные требования к оформлению баннеров в системе AdRiver.
9. Отличия почтовых рассылок от спама?
10. Описание интернет-сервисов в рамках концепции Веб 1.0.
11. Классификация интернет-сервисов.
12. Киберсквоттерство и тайпсквоттерство.
13. Базовые характеристики основных интернет-сервисов эпохи Веб 2.0.
14. Идея вирусного маркетинга: достоинства и недостатки этого инструмента.

Ситуационные задачи

1. Наберите ключевое слово в любой поисковой системе и проанализируйте HTML-коды первых 10 страниц результатов поиска. Чтобы увидеть HTML-коды страницы в Интернете, щелкните «View» в линейке меню браузера и выберите «Source». Посмотрите на все детали и попытайтесь определить закономерности поисковой оптимизации.
2. Напишите оптимизированные тексты под различные поисковые системы.

Интерактивные задания

1. Как повысить посещаемость корпоративного сайта?
2. Опишите процедуру отбора интернет-агентства для работы над корпоративным сайтом.
3. Разработайте с помощью метода мозгового штурма в группе собственную методику оценки эффективности корпоративного блога.
4. Перечислите аргументы за и против использования виртуальных персонажей для продвижения товаров и услуг.

Дискуссионные процедуры

1. Каким образом классическая схема коммуникации меняется в условиях массового развития коммуникаций в Интернете?
2. В чем состоят принципиальные различия аксиальной и ретиальной коммуникации?
3. Найдите аргументы, подтверждающие или опровергающие утверждение о том, что аудитория блогов сегодня является очевидной основой для рекламных и PR-кампаний.
4. Какие факты, на ваш взгляд, свидетельствуют о том, что современная российская аудитория Интернета представляет повышенный интерес для большинства PR-специалистов?

Комплексное проблемно-аналитическое задание

1. Какие системы позволяют размещать рекламные объявления одновременно в нескольких рекламных сетях?

2. Назовите основные способы увеличения эффективности контекстной рекламы.
3. Какие основные технические решения можно использовать для осуществления почтовых рассылок?

Творческие задания

1. Найдите в Интернете наиболее удачные, с точки зрения PR-специалиста, корпоративные блоги. Обоснуйте свой выбор.
2. Назовите наиболее успешные организации, профессионально занимающиеся исследованиями блогосферы.
3. Может ли активное развитие блогосферы создавать угрозы для базисного субъекта PR? Если да, то почему?
4. Найдите в Сети по три примера удачного и неудачного использования блогосферы для управления репутацией компании.

Типовые тесты

1. Внутренняя частная сеть организации – это:

- a) Инtranет
- b) Интернет
- c) Телефонная сеть
- d) Спутниковая связь
- e) нет правильного ответа

2. Принцип "10/20/30" означает, что:

- a) 10 слайдов в презентации; 20 минут времени на презентацию; 30-м шрифтом набран текст на слайдах
- b) 10 минут времени на презентацию; 20 слайдов в презентации; 30-м шрифтом набран текст на слайдах
- c) 10-м шрифтом набран текст на слайдах; 20 минут времени на презентацию; 30 слайдов в презентации
- d) 10 слайдов в презентации; 20-м шрифтом набран текст на слайдах; 30 минут времени на презентацию
- e) 10 минут времени на презентацию; 20-м шрифтом набран текст на слайдах; 30 слайдов в презентации

3. Поиск по всему содержимому документа называется

- a) полнотекстовый поиск
- b) поиск по метаданным
- c) поиск изображений
- d) поиск таблиц
- e) нет правильного ответа

4. Комплекс аппаратных и программных средств, позволяющих компьютерам обмениваться данными – это:

- a) магистраль
- b) адаптер
- c) интерфейс
- d) шины данных
- e) компьютерная сеть

5. HTML (HYPER TEXT MARKUP LANGUAGE) является:

- a) средством создания WEB-страниц
- b) системой программирования
- c) графическим редактором
- d) системой управления базами данных
- e) экспертной системой

6. Глобальная компьютерная сеть - это:

- a) множество компьютеров, связанных каналами передачи информации и находящихся в пределах одного помещения, здания
- b) совокупность хост-компьютеров и файл-серверов
- c) система обмена информацией на определенную тему
- d) совокупность локальных сетей и компьютеров, расположенных на больших расстояниях и соединенных с помощью каналов связи в единую систему
- e) информационная система с гиперсвязями

7. Web-сайт это:

- a) Компьютер, содержащий информацию о той или иной организации в Internet
- b) Протокол передачи данных в Internet
- c) Набор связанных между собой Web-страниц
- d) Служба распространения информации в Internet

8. Существуют следующие методы поиска:

- a) адресный поиск
- b) фактографический поиск
- c) поиск по смыслу
- d) поиск по синониму слова

9. Ключевое слово – это:

- a) слово, отображающее самую суть поиска
- b) наиболее значимое слово из текста
- c) слово, стоящее самым первым из всех
- d) слово, заключенное в кавычки

10. Что такое URL?

- a) Информация, размещенная на веб-страницах
- b) Уникальный адрес страницы в сети Интернет
- c) Название языка, на котором создаются Web-страницы
- d) Прикладной протокол

11. Совокупность тематически объединенных гипертекстовых страниц

- a) Сайт
- b) Web-пространство
- c) Архив
- d) Программа

12. Документ, содержащий видимые ссылки на другой документ, на другие информационные ресурсы или места в текущем документе.

- a) http-сервер
- b) Портал
- c) Гипертекст
- d) Контент

13. Что такое презентация PowerPoint?

- a) демонстрационный набор слайдов, подготовленных на компьютере;
- b) прикладная программа для обработки электронных таблиц;
- c) устройство компьютера, управляющее демонстрацией слайдов;
- d) текстовый документ, содержащий набор рисунков, фотографий, диаграмм.

14. Информационно-поисковые системы используют языки:

- a) комбинированные;
- b) научно-информационные;
- c) дескрипторные;
- d) языки БД.

15. Что из перечисленного считается глобальным информационным пространством?

- a) World Wide Web
- b) WEB
- c) Internet
- d) Глобальная сеть

16. Что называется Интернетом?

- a) Глобальное информационное пространство
- b) Всемирная система объединённых компьютерных сетей, построенная на базе IP и маршрутизации IP-пакетов
- c) Компьютерная программа для просмотра веб-страниц
- d) Часть всемирной паутины

17. Информация, размещенная на веб-страницах – это:

- a) Браузер
- b) Контент
- c) URI страницы
- d) Реклама

18. Что подразумевается под Веб-технологиями?

- a) Язык HTML, то есть стандартный язык разметки документов во Всемирной паутине
- b) распределенная система, предоставляющая доступ к связанным между собой документам, расположенным на различных компьютерах, подключенных к Интернету
- c) Комплекс технических, коммуникационных, программных методов решения задач организации совместной деятельности пользователей с применением сети Интернет
- d) Технологии работы в Интернете

19. Что называют веб-сайтом?

- a) Специальная программа, установленная на общедоступном компьютере
- b) Уникальный адрес страницы в сети Интернет
- c) Совокупность страниц, созданных с применением программного обеспечения и образующая единое целое в техническом, информационном и навигационном аспектах
- d) Документ, описанный на языке HTML

20. Что из перечисленного относится к типам сайтов по цели создания?

- a) Открытые, полуоткрытые, закрытые
- b) Общедоступные, локальные
- c) Простые, тематические, многофункциональные
- d) Коммерческие, некоммерческие

21. Что из перечисленного относится к видам веб-сервисов?

- a) Интернет-магазин
- b) Новостные порталы
- c) Тематический сайт
- d) Файлообменные серверы

22. Что означает понятие юзабилити?

- a) Это качественный признак, который определяет, насколько интерфейс пользователя легок в использовании
- b) Это процесс и результат художественно-технического проектирования промышленных изделий, их комплексов и систем
- c) Это документ, содержащий видимые ссылки на другой документ, на другие информационные ресурсы или места в текущем документе;
- d) Это документ, описанный на языке HTML

23. Что из перечисленного можно отнести к программным средствам создания WEB – документов?

- a) Блокнот
- b) C++
- c) Текстовые процессоры
- d) Pascal

Реализация программы с применением ДОТ:

Типовые проблемные задачи

1. Охарактеризуйте с точки зрения эффективности различные виды сетевой рекламы.
2. Опишите известные вам тактики проведения PR-кампаний в блогосфере. Какие из них были успешными, хотя и не вполне этичными?
3. С какой целью при организации PR-кампании в блогосфере создаются виртуальные персонажи, негативно относящиеся к продвигаемой продукции?
4. Расскажите о способах привлечения посетителей на сайт.
5. Найдите в Интернете примеры использования технологии product placement в виртуальных городах. Почему рекламодатель отдал предпочтение данной рекламе, а не традиционной городской баннерной рекламе?
6. Перечислите интернет-ресурсы, посвященные рекламе и PR.

Типовые ситуационные задачи

Задача 1.

По мнению специалистов Яндекса, «интерактивные онлайн-игры становятся популярным развлечением. Как следствие, появилась и уже хорошо себя зарекомендовала интегрированная в игры реклама: заставки с рекламным роликом, использование в сюжете продуктов и услуг компании, атрибуты бренда на игровом поле и другие виды.

Найдите в Интернете примеры подобной рекламы и охарактеризуйте их с точки зрения эффективности.

Задача 2.

Вирусная реклама – это разработка рекламных стратегий, поощряющих

потребителей передавать рекламное сообщение друг другу. Информация при этом воспринимается не как реклама, а скорее, как досуг и развлечение. Люди пересылают друг другу забавный ролик или ссылку, и получается, что вирусная реклама распространяется «самостоятельно» от человека к человеку без дополнительных затрат рекламодателя.

Найдите в Интернете примеры подобной рекламы и охарактеризуйте их с точки зрения эффективности.

Задача 3.

Компания «Салют» занимается реализацией пиротехнической продукции и существует на рынке с 2004 года. Основной объем продаж осуществляется через интернет-магазины. В каталоге продукции все виды салютов, фейерверков и фонтанов, а также римские свечи, петарды и «бомбочки». Есть готовые комплекты продукции, предназначенные для различных событий: Новый год, свадьба, день рождения и т.п.

Напишите SEO-текст для сайта компании, обеспечивающий максимальную релевантность сайта поисковым запросам.

Типовые тесты

1. Размещенное на сайтах неподвижное изображение со ссылкой на сайт рекламодателя

- а) текстовая реклама;
- +) баннерная реклама;
- в) рич-медиареклама;
- г) контекстная реклама.

2. Ограничение объема рекламного баннера в Интернете связано с

- +) необходимостью быстрой загрузки страницы;
- б) особенностями действующего законодательства в сфере интернет-рекламы;
- в) высокой стоимостью рекламной площади;
- г) все вышеперечисленное.

3. Баннерная реклама эффективна для

- а) продвижения сайта;
- б) продвижения бренда;
- +) промо-рекламы отдельной услуги или продукта;
- г) рекламы товаров ограниченного спроса.

4. Верная характеристика контекстной рекламы

- +) контекстная реклама эффективна, поскольку рекламное объявление демонстрируется целевой аудитории;
- б) контекстная реклама неэффективна, поскольку обладает низкой таргетированностью;
- в) контекстная реклама неэффективна, поскольку пользователь может заблокировать ее показ на поисковых страницах;
- г) контекстная реклама эффективнее, чем оптимизация сайтов под поисковые системы.

5. Программы «поисковые роботы» используются специалистами для

- а) подсчета количества кликов по объявлению;
- б) анализа эффективности баннерной рекламы;
- в) отслеживания количества переходов на сайт;

+) определения популярности запросов в поисковых системах.

6. Фавикон используется для

- а) принудительной доиндексации страниц;
- +) выделения ссылки на сайт на поисковой странице;
- в) повышения релевантности страницы поисковым запросам;
- г) прописывания в каталогах ссылок.

7. Психологические и физиологические особенности чтения с монитора диктуют следующие требования к тексту сайта:

- а) эмоциональность и экспрессивность;
- б) грамотность и стилистическое единообразие;
- +) членение на смысловые блоки, четкая структурированность;
- г) понятность и логичность.

8. Процесс создания текстов, оптимизированных для поисковых систем

- +) SEO-копирайтинг;
- б) принудительная доиндексация страниц;
- в) информинг;
- г) рерайтинг.

9. Прописывание в каталогах ссылок общего назначения наиболее эффективно

- +) для поисковой оптимизации по средне- и низкочастотным запросам монотематических сайтов;
- б) для поисковой оптимизации по высокочастотным запросам монотематических сайтов;
- в) для поисковой оптимизации по высокочастотным запросам политематических сайтов;
- г) для ускорения роста цитируемости сайта.

10. Наиболее эффективная стратегия проведения PR-кампании в блогосфере

- а) создание специального блога, посвященного компании или ее отдельным товарам и услугам;
- б) взаимодействие с лидерами мнений, участвующих в тематических сообществах;
- в) размещение информации в целевом сообществе;
- +) создание матрицы виртуальных персонажей.

7.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция);
2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо

выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

1. Требование к теоретическому устному ответу

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

2. Творческие задания

Эссе – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

Критерии оценивания - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка «хорошо» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции.

Оценка «удовлетворительно» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие

выводы, нарушается стиль изложения.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если не выполнены никакие требования.

3. Требование к решению ситуационной, проблемной задачи (кейс-измерители)

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

Критерии оценивания – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда обучающийся выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся в целом выполнил все требования, но не совсем четко определяется опора на теоретические положения, изложенные в научной литературе по данному вопросу.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

При реализации программы с применением ДОТ:

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

Критерии оценивания – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка «*выполнено*» ставится в случае, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи, а именно, когда обучающийся в целом выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка «*не выполнено*» ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

4. Интерактивные задания

Механизм проведения диспут-игры (ролевой (деловой) игры).

Необходимо разбиться на несколько команд, которые должны поочередно высказать свое мнение по каждому из заданных вопросов. Мнение высказывающейся команды засчитывается, если противоположная команда не опровергнет его контраргументами. Команда, чье мнение засчитано как верное (не получило убедительных контраргументов от противоположных команд), получает один балл. Команда, опровергнувшая мнение противоположной команды своими контраргументами, также получает один балл. Побеждает команда, получившая максимальное количество баллов.

Ролевая игра как правило имеет фабулу (ситуацию, казус), распределяются роли, подготовка осуществляется за 2-3 недели до проведения игры.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение

методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, выполнения всех критериев.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

5. Комплексное проблемно-аналитическое задание

Задание носит проблемно-аналитический характер и выполняется в три этапа. На первом из них необходимо ознакомиться со специальной литературой.

Целесообразно также повторить учебные материалы лекций и семинарских занятий по темам, в рамках которых предлагается выполнение данного задания.

На втором этапе выполнения работы необходимо сформулировать проблему и изложить авторскую версию ее решения, на основе полученной на первом этапе информации.

Третий этап работы заключается в формулировке собственной точки зрения по проблеме. Результат третьего этапа оформляется в виде аналитической записки (объем: 2-2,5 стр.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерий оценивания - оценка учитывает: понимание проблемы, уровень раскрытия поставленной проблемы в плоскости теории изучаемой дисциплины, умение формулировать и аргументировано представлять собственную точку зрения, выполнение всех этапов работы.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

При реализации программы с применением ДОТ:

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

Критерии оценивания – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка *«выполнено»* ставится в случае, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи, а именно, когда обучающийся в целом выполнил

задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка «не выполнено» ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

6. Исследовательский проект

Исследовательский проект – проект, структура которого приближена к формату научного исследования и содержит доказательство актуальности избранной темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, историографии, обобщение результатов, выводы.

Результаты выполнения исследовательского проекта оформляется в виде реферата (объем: 12-15 страниц; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерии оценивания - поскольку структура исследовательского проекта максимально приближена к формату научного исследования, то при выставлении учитывается доказательство актуальности темы исследования, определение научной проблемы, объекта и предмета исследования, целей и задач, источников, методов исследования, выдвижение гипотезы, обобщение результатов и формулирование выводов, обозначение перспектив дальнейшего исследования.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

7. Информационный проект (презентация):

Информационный проект – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

Критерии оценивания - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

8. Дискуссионные процедуры

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, мини-конференции являются средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Задание дается заранее, определяется круг вопросов для обсуждения, группы участников этого обсуждения.

Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

- лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, не обязательно достигая общего мнения;
- смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию;
- смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда все требования выполнены в полном объеме.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

9. Тестирование

Является одним из средств контроля знаний обучающихся по дисциплине.

Критерии оценивания – правильный ответ на вопрос.

Оценка «отлично» ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий.

Оценка «хорошо» ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий.

Оценка «удовлетворительно» ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если правильно выполнено менее 50% заданий.

10. Требование к письменному опросу (контрольной работе)

Оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «*отлично*» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и, по существу, излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1 Основная учебная литература

1. Бердников, И. П. PR-коммуникации: практическое пособие / И. П. Бердников, А. Ф. Стрижова. — 4-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 208 с. — ISBN 978-5-394-04002-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99362.html>

2. Сети и телекоммуникации: учебное пособие для бакалавров / составители И. В. Винокуров. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 105 с. — ISBN 978-5-4497-1418-3. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/115699.html>

3. Киберкультура и коммуникация (практикум по адаптационной дисциплине «Психология общения») / составители Е. В. Бакшутова, Н. С. Бейлина. — Самара: Самарский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2020. — 141 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111372.html>

8.2 Дополнительная учебная литература:

1. Фатеева И.А. История средств массовой информации: модели СМИ и место в них рекламы [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Фатеева И.А.— Электрон. текстовые данные. — М.: Московский педагогический государственный университет, 2022. — 56 с.— Режим доступа: <https://iprbookshop.ru/122447> .— IPR SMART

2. Колкер, А. Б. Информационные сети и коммуникации: учебное пособие / А. Б. Колкер. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2022. — 99 с. — ISBN 978-5-7782-4645-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/126492.html>

8.3. Периодические издания

1. Журнал «Computerworld Россия». Серия 7. ISSN 1560-5213
2. Актуальные вопросы современной науки. ISSN 2312-1106

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>
3. www.adriver.ru — Система управления рекламой.
4. www.artlebedev.ru/kovodstvo — «Ководство» Артемия Лебедева.
5. www.aup.ru/books/m80 — Успенский И. В. Интернет-маркетинг.
6. www.bizwire.com — служба рассылок Business Wire.
7. www.cnews.ru — C-News: издание о высоких технологиях.
8. www.ci-razvedka.ru — Конкурентная разведка в Интернете.
9. www.comScore.com — Исследования Интернета.
10. www.e-xecutive.ru/knowledge/review/1035829 — Как сделать веб-сайт компании хитом?
11. www.google.com — Ведущая мировая поисковая система.
12. www.google.ru/support/?hl=ru — Советы по поиску от Google.
13. www.help.yandex.ru/search/ — Поисковые возможности Яндекса.
14. www.idc.com — Компания аналитических исследований рынка информационных технологий.
15. www.integrum.ru — Интегрум: аналитика и рейтинги.
16. www.lexis-nexis.com — Lexis-Nexis: база данных публикаций СМИ.
17. www.livejournal.com — Бесплатный блог-хостинг.
18. www.mail.ru — Бесплатный почтовый сервер.
19. www.myspace.com — Российская социальная сеть.
20. www.narod.yandex.ru — Сервис бесплатного хостинга компании Яндекс.
21. www.press-release.ru — Сайт размещения пресс-релизов.
22. www.prnewswire.com — Служба рассылок PR Newswire.
23. www.public.ru — Публичная интернет-библиотека.
24. www.rumetrika.rambler.ru — Руметрика: цифры в Интернете.
25. www.subscribe.ru — Российский сервис рассылок.
26. www.webmascon.com — Материалы о веб-дизайне, веб-разработках и юзабилити.
27. www.wordstat.yandex.ru — Статистика поисковых запросов Яндекса.
28. www.yandex.ru — Ведущая российская поисковая система.
29. www.youtube.com — Бесплатный видеохостинг.
30. www.4p.ru/main/theory/13700 — Гуров Ф. Продвижение бизнеса в Интернет: всё о PR и рекламе в Сети.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

1. Работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
2. Внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
3. Выполнение самостоятельных практических работ;
4. Подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Microsoft Windows Server;
2. Семейство ОС Microsoft Windows;

3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);
5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);
6. Электронная информационно-образовательная система ММУ: <https://elearn.mmu.ru/>

Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows 10, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows Server 2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom, Gimp, Paint.net, AnyLogic, Inkscape.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

Для ДОТ:

Учебная аудитория для проведения всех видов занятий с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, в том числе для занятий лекционного типа, семинарского типа; для проведения лабораторных работ, групповых и индивидуальных консультаций; для осуществления текущего контроля успеваемости и

промежуточной аттестации; для выполнения курсового проектирования (курсовых работ).

Ауд. 520а (виртуальные учебные аудитории: ауд. 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 9/6, 9/7 Вебинарная 1, Вебинарная 2, Вебинарная 3, Вебинарная 4, Вебинарная 5, Вебинарная 6, Вебинарная 7, Вебинарная 8, Вебинарная 9, Вебинарная 10)

Специализированная мебель:

- столы для преподавателей;
- стулья для преподавателей;

Технические средства обучения:

- компьютеры персональные для преподавателей с выходом в сети Интернет;
- наушники;
- вебкамеры;
- колонки;
- микрофоны.

13.Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: (*«мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной*

деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

«Реклама и связи с общественностью в компьютерных сетях»

<i>Направление подготовки</i>	Реклама и связи с общественностью
<i>Код</i>	42.03.01
<i>Направленность (профиль)</i>	Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR
<i>Квалификация выпускника</i>	Бакалавр

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК-6
Профессиональные	-	ПК-7

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-6	Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-6.1 Применяет технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн среде ПК-6.2 Использует при подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью основные приёмы и методы копирайтинга ПК-6.3 Применяет различные технические средства в организации специальных мероприятий
ПК-7	Способен разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-7.1 Использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-7.2 Составляет основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-7.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК-6		
	-принципы организации	-использовать современные технологии построения	-навыками

	современной коммуникационной инфраструктуры в рекламе и PR для решения профессиональных задач -особенности медиапланирования в новых СМИ	эффективной рекламной коммуникации с использованием компьютерных сетей -применять прикладные информационные технологии в рекламе и в сфере связей с общественностью	управления и защиты информации в сфере рекламы и связей с общественностью -навыками организации рекламных и PR мероприятий с использованием сетевых технологий
Код компетенции	ПК-7		
	-основные маркетинговые инструменты; -основы проведения маркетинговых исследований	-использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и реализации коммуникационного интернет-продукта	-владеть инструментами планирования производства коммуникационного интернет-продукта; инструментами реализации коммуникационного интернет-продукта.

3.2. Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

В качестве критериев освоения компетенций используются знания, умения, навыки.
Критерии оценки знаний студентов (пороговый уровень сформированности компетенции)

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями

		руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
Компетенция не достигнута		

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

4. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы:

Типовые контрольные задания для проверки знаний студентов (пороговый уровень формирования компетенции):

Типовые тесты

1. Создание таблиц в текстовом процессоре MS Word возможно в режиме:

- ☐ **обычном**
- ☐ **разметки**
- ☐ **структуры**
- ☐ **Web-документа**
- ☐ **схемы документа**

2. Создание реквизитных элементов оформления печатных страниц в текстовом процессоре MS Word возможно в режиме:

- ☐ **обычном**
- ☐ **разметки**
- ☐ **структуры**
- ☐ **Web-документа**
- ☐ **схемы документа**

3. К базовым приемам работы с текстами в текстовом процессоре MS Word относятся:

- ☐ **создание, сохранение и печать документа**
- ☐ **отправка документа по электронной почте**
- ☐ **ввод и редактирование текста**
- ☐ **рецензирование текста**
- ☐ **форматирование текста**

4. К специальным средствам ввода текста в текстовом процессоре MS Word относятся:

- ☐ **средства отмены и возврата действий**
- ☐ **расширенный буфер обмена**

- ☐ **автотекст**
- ☐ автосуммирование
- ☐ автозамена

5. К специальным средствам редактирования текста в текстовом процессоре MS Word относятся:

- ☐ **режим вставки символов**
- ☐ **режим замены символов**
- ☐ рецензирование
- ☐ тезаурус
- ☐ автоматизация проверки правописания

6. В документ MS Word можно вставить:

- ☐ **формулы**
- ☐ программы
- ☐ **таблицы**
- ☐ диаграммы
- ☐ рисунки

7. Новый макрос можно создать следующими способами:

- ☐ **автоматически записать последовательность действий**
- ☐ **вручную написать соответствующую программу на языке VBA**
- ☐ импортировать из другого файла существующий макрос
- ☐ **импортировать из другого файла существующий макрос и изменить его**
- ☐ **изменить в уже созданный макрос и сохранить под другим именем**

8. Ссылки на ячейки в таблицах MS Word включают:

- ☐ **латинские буквы**
- ☐ русские буквы
- ☐ **арабские цифры**
- ☐ римские цифры
- ☐ греческие символы

9. Для вычисления в таблицах MS Word используются формулы, содержащие:

- ☐ математические функции
- ☐ **константы**
- ☐ **встроенные функции**
- ☐ **знаки математических операций**
- ☐ ссылки на блоки текста

10. При слиянии используются следующие документы:

- ☐ итоговый документ
- ☐ **основной документ**
- ☐ получатель данных
- ☐ **источник данных**
- ☐ исходный документ

11. Источником данных при слиянии может быть:

- ☐ документ MS Word
- ☐ документ MS Excel
- ☐ документ MS WordPad

- ☐ документ MS Access
- ☐ документ MS Graph

12. Ссылки на ячейки в табличном процессоре MS Excel могут быть:

- ☐ относительными
- ☐ процентными
- ☐ абсолютными
- ☐ смешанными
- ☐ индивидуальными

13. Ячейка таблицы MS Excel может содержать:

- ☐ рисунок
- ☐ текст
- ☐ число
- ☐ формулу
- ☐ дату и время

14. Режимы работы табличного процессора MS Excel:

- ☐ готовности
- ☐ ввода данных
- ☐ командный
- ☐ обычный
- ☐ редактирования

15. Ограничение доступа к электронным таблицам может выполняться на уровне:

- ☐ рабочих книг
- ☐ группы документов
- ☐ формул
- ☐ рабочих листов
- ☐ отдельных ячеек

16. Пункт меню Данные табличного процессора MS Excel позволяет:

- ☐ проводить защиту данных
- ☐ создавать макросы
- ☐ проводить сортировку данных
- ☐ проводить фильтрацию данных
- ☐ проверять орфографию

17. Для запуска макроса можно применять:

- ☐ комбинацию клавиш клавиатуры
- ☐ комбинацию клавиш клавиатуры и экранных кнопок
- ☐ созданные экранные кнопки
- ☐ созданные кнопки панели инструментов
- ☐ текстовую команду

18. При форматировании диаграммы в табличном процессоре MS Excel можно изменить:

- ☐ тип диаграммы
- ☐ исходные данные
- ☐ формат легенды
- ☐ расположение диаграммы
- ☐ формат области построения

19. В плане счетов для некоторого счета установлено ведение аналитического учета в разрезе двух видов субконто – «Материалы» и «Склады». Тогда в программе 1С бухгалтерские итоги по данному счету могут быть получены:

- ☐ отдельно по материалам
- ☐ отдельно по складам
- ☐ по складам в разрезе материалов и складов
- ☐ по материалам в разрезе складов
- ☐ по складам в разрезе материалов

20. В шаблоне типовой операции для некоторого реквизита проводки в параметре «Копирование» установлено наименование этого же реквизита. Данный режим в программе 1С предоставляет пользователю возможность:

- ☐ принудительно копировать значения указанного реквизита из этой же проводки
- ☐ принудительно копировать значения указанного реквизита из последующих проводок
- ☐ принудительно копировать значения указанного реквизита предшествующих проводок
- ☐ принудительно копировать значения указанного реквизита из журнала операций
- ☐ принудительно копировать значения указанного реквизита журнала проводок

21. Данный способ подключения к Интернет обеспечивает наибольшие возможности для доступа к информационным ресурсам:

- ☐ постоянное соединение по оптоволоконному каналу
- ☐ удаленный доступ по коммутируемому телефонному каналу
- ☐ постоянное соединение по выделенному телефонному каналу
- ☐ терминальное соединение по коммутируемому телефонному каналу

22. Модем, передающий информацию со скоростью 28 800 бит/с, может передать две страницы текста (3 600 байт) в течение...

- ☐ 1 минуты
- ☐ 1 часа
- ☐ 1 секунды
- ☐ 1 дня

23. Электронная почта (e-mail) позволяет передавать...

- ☐ только сообщения
- ☐ только файлы
- ☐ сообщения и приложенные файлы
- ☐ видеоизображения

24. Базовым стеком протоколов в Internet является:

- ☐ HTTP
- ☐ HTML
- ☐ TCP
- ☐ TCP/IP

25. Компьютер, подключенный к Internet, обязательно имеет:

- ☐ IP-адрес
- ☐ Web-сервер
- ☐ домашнюю web-страницу
- ☐ доменное имя

26. Гиперссылки на web — странице могут обеспечить переход:

- ☐ только в пределах данной web – страницы
- ☐ только на web — страницы данного сервера
- ☐ на любую web — страницу данного региона
- ☐ **на любую web — страницу любого сервера Интернет**

27. Задан адрес электронной почты в сети Internet: user_name@int.glasnet.ru. «Имя» владельца электронного адреса:

- ☐ int.glasnet.ru
- ☐ **user_name**
- ☐ glasnet.ru
- ☐ ru

28. Браузеры являются:

- ☐ серверами Интернет
- ☐ антивирусными программами
- ☐ трансляторами языка программирования
- ☐ **средством просмотра web-страниц**

29. Web-страницы имеют расширение:

- ☐ *.txt
- ☐ ***.htm**
- ☐ *.doc
- ☐ *.exe

30. Модем — это устройство, предназначенное для:

- ☐ вывода информации на печать
- ☐ хранения информации
- ☐ обработки информации в данный момент времени
- ☐ **передачи информации по каналам связи**

31. В качестве гипертекстовых ссылок можно использовать:

- ☐ только слово
- ☐ только картинку
- ☐ любое слово или любую картинку
- ☐ **слово, группу слов или картинку**

32. Web-страница — это ...

- ☐ **документ специального формата, опубликованный в Internet**
- ☐ документ, в котором хранится вся информация по сети
- ☐ документ, в котором хранится информация пользователя
- ☐ сводка меню программных продуктов

Ключи к тестовым заданиям:

Выделение текста в тестах является **ключом**.

Задания для проверки умений и навыков применения студентами теоретических знаний при решении широкого круга проблемно-аналитических и практических учебно-профессиональных задач, типовых задач (продвинутой и повышенной уровень формирования компетенции):

Темы исследовательских, информационных, творческих проектов

Подготовка исследовательских проектов по темам:

1. Сравнительный анализ современных информационных систем.
2. Робототехника в рекламе.
3. История развития Интернета
4. Блог как средство массовой информации.
5. Менеджмент веб-проектов.

Информационный проект

Подготовьте информационный проект (презентацию) по теме:

1. Типы Интернет-ресурсов: тенденции развития.
2. Встроенный поисковый язык браузеров.
3. «Раскрутка» сайта. SEO – поисковая оптимизация.
4. Социальные сети как особый сегмент медиaprостранства.
5. Используемые системы администрирования, Их достоинства и недостатки.

Творческое задание (с элементами эссе)

Напишите эссе по теме:

1. Феномен интернет-лексики.
2. Феномен интернет-лексики.
3. История развития поисковых систем.
4. Проблема общественного прогресса в истории информатики.

Типовые задания к практическим занятиям

Задания выполняются на компьютере в виде изображений, иллюстрирующих работоспособность заданного инструмента или приема обработки фотографии

1. Корректируем тона при помощи уровней
2. Способы цветокоррекции фотографий
3. Исправление корректирующих слоев
4. Использование масок слоев
5. Использование обтравочной маски
6. Использование стилей слоя
7. Делаем черно-белое фото в Photoshop
8. Эффект сепии
9. Инструменты выделения
10. 3 способа убрать красные глаза
11. Инструмент Штамп
12. Инструмент Восстанавливающая кисть
13. Инструмент Заплата
14. Инструменты Быстрое выделение и Волшебная палочка
15. Инструменты Кадрирование и Раскройка
16. Инструменты Пипетка
17. Инструменты Кисть и Карандаш
18. Инструмент Ластик
19. Инструменты Палец, Размытие, Резкость
20. Инструменты Осветление, Затемнение, Губка
21. Инструмент Горизонтальный текст
22. Инструменты рисования геометрических фигур
23. Винтажный эффект
24. Придание цветности изображению

25. Портретная ретушь

26. Отражение на воде

Подготовка и проведение диспут-игры

Диспут-игра по теме – взаимодействие информационных систем. Студенты делятся на две группы, каждая из которых защищает свой тезис:

1) Тезис 1 команды – интеграция двух информационных систем возможна только после проектирования и тестирования.

2) Тезис 2 команды - интеграцию двух информационных систем возможно осуществить, используя старые возможности каждой из ИС, минуя новые этапы проектирования и тестирования. Каждая команда старается максимально полно аргументировать свою точку зрения, опровергая утверждения и доводы другой команды.

Примерный список вопросов к промежуточной аттестации:

1. Информационные технологии и их роль в современном обществе.
2. Информация и ее виды.
3. Экспертные и справочные правовые системы.
4. Автоматизированные аналитико-статистические информационные системы, системы учета и управления.
5. Технология разработки электронных унифицированных документов (форм бланков, таблиц, шаблонов, писем рассылки).
6. Защита электронных документов и их отдельных фрагментов.
7. Создание гипертекстовых документов.
8. Приемы эффективной разработки документов сложной структуры.
9. Технология разработки таблиц.
10. Инструментальные средства форматирования таблиц. Адресация.
11. Организация вычислений, применение встроенных функций.
12. Приемы работы с большими таблицами.
13. Средства анализа табличных данных. Консолидация. Использование автофильтра и расширенного фильтра.
14. Подбор параметра. Поиск решения. Таблицы подстановки. Промежуточные итоги. Сводные таблицы.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов достижения компетенций (знаний, умений, владений)

Специфика формирования компетенций и их измерение определяется структурированием информации о состоянии уровня подготовки обучающихся.

Алгоритмы отбора и конструирования заданий для оценки достижений в предметной области, техника конструирования заданий, способы организации и проведения стандартизованных оценочных процедур, методика шкалирования и методы обработки и интерпретации результатов оценивания позволяют обучающимся освоить компетентностно-ориентированные программы дисциплин.

Формирование компетенций осуществляется в ходе всех видов занятий, практики, а контроль их сформированности на этапе текущей, промежуточной и итоговой аттестации.

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- опросы: устный, письменный;
- задания для практических занятий;

- ситуационные задания;
- контрольные работы;
- коллоквиумы;
- написание реферата;
- написание эссе;
- решение тестовых заданий;
- экзамен.

Опросы по вынесенным на обсуждение темам

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении аттестации в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения заданий. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Письменные опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время.

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения аттестации, когда необходимо проверить знания обучающихся по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений.

Решение заданий (кейс-методы)

Решение кейс-методов осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) обучающегося по применению содержания основных понятий и терминов дисциплины вообще и каждой её темы в частности.

Обучающемуся объявляется условие задания, решение которого он излагает либо устно либо письменно.

Эффективным интерактивным способом решения задания является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременным разбором результатов во время практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения заданий анализируется понимание обучающимся конкретной ситуации, правильность её понимания в соответствии с изучаемым материалом, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки рассматриваемого вопроса, умением выявить основные положения затронутого вопроса.

Решение заданий в тестовой форме

Проводится тестирование в течение изучения дисциплины

Не менее чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен определить обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.