

Рабочая программа дисциплины

Цифровой маркетинг

Направление подготовки Медиакommunikации

Код 42.03.05

Направленность (профиль) Общий профиль

Квалификация выпускника бакалавр

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

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	–	ПК-6
Профессиональные	-	ПК-7
Профессиональные	-	ПК-8
Профессиональные	-	ПК-9

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-6	Способен продвигать медиапродукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации, учитывая тенденции развития отечественного и зарубежных медиарынков	ПК-6.1 Знает основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний ПК-6.2. Умеет планировать интегрированные маркетингово-коммуникационные кампании, применяющие мультимедийные и интерактивные средства ПК-6.3. Владеет навыками создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства
ПК-7	Способен организовывать и координировать процесс создания мультимедийного контента	ПК-7.1. Знает основы структурирования медиа организаций и принципы взаимодействия медиа организаций со внешней средой ПК-7.2. Умеет координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций ПК-7.3. Владеет навыками выстраивания взаимодействия медиаорганизации со внешней средой
ПК-8	Способен создавать, обрабатывать и	ПК-8.1. Знает основные этапы производственного процесса и технического

	осуществлять распространение информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных платформах	<p>процесса создания медиапроектов.</p> <p>ПК-8.2. Умеет создавать визуальный контент для медиасообщений различных жанров и форматов.</p> <p>ПК-8.3. Владеет навыками применения цифровых технологий в работе над медиапроектом.</p> <p>ПК-8.4. использует соответствующие технические средства для создания, обработки, компоновки и распространение (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории</p>
ПК-9	Способен при содействии дизайнеров, программистов, специалистов в сфере информационных технологий создавать современные актуальные медиапродукты разных форматов	<p>ПК-9.1 Знает существующие форматы мультимедиа для создания мультимедийных проектов.</p> <p>ПК-9.2. Умеет разрабатывать концепции технологий совместно с дизайнерами, IT специалистами, программистами</p> <p>ПК-9.3. Может принимать участие в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта с применением современных мультимедийных технологий программных продуктов</p> <p>ПК-9.4. Владеет навыками проектирования информационных и программных продуктов</p>

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		
	<ul style="list-style-type: none"> - основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний; - основные методы рекламирования и реализации медиапроектов; - схемы продвижения 	<ul style="list-style-type: none"> - планировать работу по взаимодействию с рекламными и PR-агентствами маркетингово-коммуникационными кампаниями, применяющими мультимедийные и интерактивные средства; - составлять пресс- 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками работы с техническими службами отделов рекламы; - навыками подготовки проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание,

	медиапродукта; - способы создания управляемого имиджа организации или субъекта	релизы, пресс-отчеты, писать опровержения, тексты выступлений, посты в социальных сетях; - организовывать пресс-мероприятия (пресс-конференции, превью, пресс-туры и т.д.)	бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
Код компетенции	ПК-7		
	- основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой	- координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций	- навыками коммуникации при взаимодействии с внешней средой
Код компетенции	ПК-8		
	- основные этапы производственного процесса и технического процесса создания мультимедийных проектов	- создавать визуальный контент для журналистских и медиапродуктов	- навыками применения цифровых технологий в работе над медиапроектом
Код компетенции	ПК-9		
	об особенностях взаимодействия с дизайнерами, IT специалистами	- заниматься подбором визуальных компонентов для создания медиапродукта	- навыками командной работы при создании медиапродукта; - навыками проектирования информационных и программных продуктов

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана ОПОП.

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Медиамаркетинг», «Основы рекламы и PR в медиасфере», «Маркетинговые средства массовой информации и блоги» и другими.

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

Профиль (направленность) программы установлена путем ее ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников.

5. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>	<i>Формы обучения</i>
	<i>Очная</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	4/144
Контактная работа:	
Занятия лекционного типа	20
Занятия семинарского типа	20
Промежуточная аттестация: экзамен	9
Самостоятельная работа (СРС)	95

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 ятельная работа
		Контактная работа							
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа					
		<i>Лекции</i>	<i>Иные учебные занятия</i>	<i>Практи ческие занятия</i>	<i>Семина ры</i>	<i>Лабора торные работы</i>	<i>Иные</i>		
1.	Медиапланирование в современных диджитал коммуникациях: структура, контекст, каналы.	2			2				15
2.	Введение в интернет-маркетинг и его роль	2			2				15
3.	Разработка стратегии интернет-маркетинга	4			4				15
4.	Создание и оптимизация сайта	4			4				15
5.	Управление проектами в интернет-маркетинге	4			4				20
6.	Основные принципы работы с аудиторией сайта	4			4				15
	Промежуточная аттестация	9							
	Итого	20			20				95

6.1 Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1 Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Медиапланирование в современных диджитал коммуникациях: структура, контекст, каналы.	Роль и место интернет-маркетинга в общей маркетинговой политики компании. Стратегия системного интернет-маркетинга и алгоритм ее разработки. Бизнес-цели и задачи компании. Позиционирование компании. Уникальное торговое предложение продуктов/услуг.
2.	Введение в интернет-маркетинг и его роль	Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации. Необходимые интернет-сервисы для создания сайта. Виды лидов и способы оплаты. Источники лидов. Разработка посадочных страниц и модели вращивания лидов на разных типах площадок. Методика повышения качества лидов.
3.	Разработка стратегии интернет-маркетинга	Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт. Основные понятия SEO.
4.	Создание и оптимизация сайта	Этапы разработки проектов в интернете. Особенности выбора поставщиков. Виды систем управления сайтом. Usability тестирование. Варианты хостинга.
5.	Управление проектами в интернет-маркетинге	Основные принципы работы с аудиторией сайта. Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту.
6.	Основные принципы работы с аудиторией сайта	Роль и место интернет-маркетинга в общей маркетинговой политики компании. Стратегия системного интернет-маркетинга и алгоритм ее разработки. Бизнес-цели и задачи компании. Позиционирование компании. Уникальное торговое предложение продуктов/услуг.

6.2.2 Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Медиапланирование в современных диджитал коммуникациях: структура, контекст, каналы.	Роль и место интернет-маркетинга в общей маркетинговой политики компании. Стратегия системного интернет-маркетинга и алгоритм ее разработки. Бизнес-цели и задачи компании. Позиционирование компании. Уникальное торговое предложение продуктов/услуг.
2.	Введение в интернет-маркетинг и его роль	Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации. Необходимые интернет-сервисы для создания сайта. Виды лидов и способы оплаты. Источники лидов. Разработка посадочных страниц и модели вращивания лидов на разных типах площадок. Методика повышения качества лидов.
3.	Разработка	Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение

	стратегии интернет-маркетинга	пользователей на Web-сайт. Основные понятия SEO.
4.	Создание и оптимизация сайта	Этапы разработки проектов в интернете. Особенности выбора поставщиков. Виды систем управления сайтом. Usability тестирование. Варианты хостинга.
5.	Управление проектами в интернет-маркетинге	Основные принципы работы с аудиторией сайта. Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту.
6.	Основные принципы работы с аудиторией сайта	Роль и место интернет-маркетинга в общей маркетинговой политики компании. Стратегия системного интернет-маркетинга и алгоритм ее разработки. Бизнес-цели и задачи компании. Позиционирование компании. Уникальное торговое предложение продуктов/услуг.

6.2.3 Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Медиапланирование в современных диджитал коммуникациях: структура, контекст, каналы.	Роль и место интернет-маркетинга в общей маркетинговой политики компании. Стратегия системного интернет-маркетинга и алгоритм ее разработки. Бизнес-цели и задачи компании. Позиционирование компании. Уникальное торговое предложение продуктов/услуг.
2.	Введение в интернет-маркетинг и его роль	Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации. Необходимые интернет-сервисы для создания сайта. Виды лидов и способы оплаты. Источники лидов. Разработка посадочных страниц и модели взращивания лидов на разных типах площадок. Методика повышения качества лидов.
3.	Разработка стратегии интернет-маркетинга	Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт. Основные понятия SEO.
4.	Создание и оптимизация сайта	Этапы разработки проектов в интернете. Особенности выбора поставщиков. Виды систем управления сайтом. Usability тестирование. Варианты хостинга.
5.	Управление проектами в интернет-маркетинге	Основные принципы работы с аудиторией сайта. Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту.
6.	Основные принципы работы с аудиторией сайта	Роль и место интернет-маркетинга в общей маркетинговой политики компании. Стратегия системного интернет-маркетинга и алгоритм ее разработки. Бизнес-цели и задачи компании. Позиционирование компании. Уникальное торговое предложение продуктов/услуг.

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.	Медиапланирование в современных диджитал коммуникациях: структура, контекст, каналы.	Опрос, проблемно-аналитическое задание.
2.	Введение в интернет-маркетинг и его роль	Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование.
3.	Разработка стратегии интернет-маркетинга	Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование.
4.	Создание и оптимизация сайта	Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование.
5.	Управление проектами в интернет-маркетинге	Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование.
6.	Основные принципы работы с аудиторией сайта	Опрос, проблемно-аналитическое задание, тестирование.

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

Типовые вопросы

1. Введение в интернет-маркетинг и его роль
2. Разработка стратегии интернет-маркетинга
3. Создание и оптимизация сайта
4. Управление проектами в интернет-маркетинге
5. Основные принципы работы с аудиторией сайта
6. Контекстная реклама для быстрых продаж
7. Баннерная реклама
8. E-mail маркетинг
9. Social media marketing и таргетированная реклама
10. Оптимизация для социальных сетей (Social Media Optimization)
11. Контент-маркетинг
12. Проведение маркетинговых исследований в сети
13. Возможности использования сети в качестве канала продвижения
14. Тренды интернет-маркетинга

Типовые проблемно-аналитические задания

1. Из приведенных характеристик выберите, какие относятся к исследованию рынка, а какие – к исследованию товара. Могут ли некоторые характеристики использоваться в обоих случаях?

1. Свойства товара.
2. Уровень обслуживания (послепродажный сервис).
3. Качество товара.

4. Прогнозирование конъюнктуры.
5. Диапазон применения товара.
6. Сегментация рынка.
7. Цена товара и условия ее применения.
8. Гарантия на товар и условия гарантии.
9. Реакция на введение нового товара.
10. Упаковка и маркировка.
11. Изучение профиля конкурента

2. Для выполнения задания студентом самостоятельно выбирается любая компания (коммерческая организация), зарегистрированная на территории РФ. Форма собственности и размер не имеют значение. Для выбранного предприятия необходимо:

- написать, какие субъекты и факторы являются для него микросредой;
- какие факторы макросреды необходимо учитывать предприятию;
- в каждой группе факторов макросреды выбрать наиболее значимые.

3. Разработайте схему проведения маркетингового исследования для следующей ситуации:

- а) в сети химчисток резко упало количество обращений по сравнению с прошлым годом;
- б) компания-разработчик мобильных приложений хочет создать новую версию приложения;
- в) в магазине продовольственных товаров жарким летом не увеличился спрос на мороженое;
- г) индивидуальный предприниматель хочет открыть парикмахерскую в районе, где он проживает.

Расскажи в какой области работать будете?

Типовые тесты

1. Сущность маркетинга в СМИ заключается в ...
 - а) перемещении товаров от потребителя к производителю
 - б) выборе целевого рынка
 - в) разработке маркетинговой стратегии
 - г) создании и продвижении товаров, соответствующих потребностям рынка

2. Какой из вариантов правильно характеризует эволюцию возникновения концепции маркетинга в СМИ:
 - а) продуктовая концепция, производственная концепция, концепция продаж, концепция маркетинга в СМИ, концепция социально - этического маркетинга в СМИ
 - б) производственная концепция, концепция продаж, концепция маркетинга в СМИ, продуктовая концепция, концепция социально - этического маркетинга в СМИ
 - в) концепция маркетинга в СМИ, производственная концепция, продуктовая концепция, концепция продаж, концепция социально - этического маркетинга в СМИ
 - г) концепция продаж, концепция маркетинга в СМИ, производственная концепция, продуктовая концепция, концепция социально - этического маркетинга в СМИ
 - д) производственная концепция, продуктовая концепция, концепция продаж, концепция маркетинга в СМИ, концепция социально - этического маркетинга в СМИ

3. В меньшей степени является лозунгом маркетинга в СМИ...
 - а) любите клиента, а не товар
 - б) производить только то, что будет куплено

- в) отыщите потребность и удовлетворите ее
- г) «завести» клиента и заставить купить товар не откладывая

4. Сущность концепции маркетинга в СМИ (традиционный маркетинг) заключается в...

- а) ориентации на требования рынка, т.е. нужды потребителя
- б) борьбе с инфляцией
- в) подчинении торговли интересам производства
- г) ориентации на указания государственных органов

5. Из перечисленных факторов:

1) демографическая среда, 2) маркетинговые посредники, 3) поставщики ресурсов, 4) научно-технические достижения, не относятся к факторам «макросреды» фирмы:

Ответ:

- а) 2 и 4;
- б) 2 и 3;
- в) 3 и 4;
- г) 1 и 4

6. Маркетолог должен знать государственное и местное законодательство, что поможет ему в планировании маркетинговой стратегии.

- а) верно
- б) неверно

7. Комплексом маркетинга в СМИ является...

- а) планирование и реализация мероприятий по сбыту
- б) деятельность фирмы по освоению новой продукции
- в) систематический анализ рынка
- г) «маркетинговая смесь»: продукт, цена, продвижение, сбыт, персонал

8. Услуга относится к элементу комплекса маркетинга в СМИ ...

- а) распределение
- б) продукт
- в) цена
- г) продвижение

9. В маркетинге к контактной аудитории фирмы не принято относить ...

- а) средства массовой информации
- б) областную администрацию
- в) налоговые органы
- г) потребители

10. Дифференцированный маркетинг можно охарактеризовать как:

- а) Дифференциацию своих товаров от товаров конкурентов;
- б) Разграничение товаров с помощью дифференциации комплекса маркетинга в СМИ;
- в) Нацеливание на различные сегменты рынка с помощью различных комплексов маркетинга в СМИ;
- г) Все ответы правильные

11. Магазин ультрамодной одежды сегментирует своих потребителей по степени информированности о продукте. Данный признак сегментации является...

- а) демографическим
- б) психографическим.

- в) географическим
- г) социально-экономическим
- д) поведенческим

12. Исследование, связанное с описанием элементов маркетинговой среды по информационно-справочным источникам, является...

- а) кабинетным, описательным
- б) кабинетным, зондажным
- в) полевым, зондажным.
- г) полевым, описательным

13. Что из нижеприведенного не относится к методам маркетинговых исследований:

- а) опрос на улице;
- б) телефонный опрос;
- в) почтовый опрос;
- г) поиск нужной информации в библиотеке;
- д) все эти методы используются при проведении маркетинговых исследований.

14. Услуга не является товаром.

- а) верно
- б) неверно

15. На этапе "Побуждение и покупка" маркетолог должен подтолкнуть покупателя к покупке, используя, в частности, методы стимулирования сбыта.

- а) верно
- б) неверно

16. Когда при опросе респонденты перечисляют торговые марки, то та марка, которая называется первой, является наиболее приоритетной. Это свидетельствует о высоком показателе известности марки.

- а) верно.
- б) неверно

17. Если продукт фирмы имеет пассивный спрос (например, страхование физических лиц), то целесообразна концепция...

- а) совершенствования товара
- б) совершенствования производства
- в) интенсификации коммерческих усилий
- г) маркетинга в СМИ

18. Выберите правильное маркетинговое определение жизненного цикла продукта

- а) период времени от начала разработки продукта до снятия его с производства
- б) период времени от появления продукта на рынке до замены его новым
- в) период времени с начала продаж до их завершения

19. Фирма начинает получать прибыль обычно на следующем этапе ЖЦТ:

- а) Внедрение.
- б) Зрелость.
- в) Рост.
- г) Спад.

20. Для туристического бизнеса актуальным является сглаживание колебаний сезонности

спроса на туристические услуги, что достигается за счет средств...

- а) демаркетинга в СМИ
- б) прямого маркетинга в СМИ
- в) синхромаркетинга в СМИ
- г) ремаркетинга в СМИ

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.

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.

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). Итогом продукта 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. Турлова, Е. В. Анализ малоформатного текста : учебное пособие / Е. В. Турлова. — Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2017. — 109 с. — ISBN 978-5-7410-1977-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/78764.html>
2. Назайкин, Н. А. Эффективный рекламный текст в СМИ : монография / Н. А. Назайкин. — Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011. — 480 с. — ISBN 978-5-211-06202-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/13128.html>

8.2. Дополнительная учебная литература:

3. Блох, М. Я. Внутренняя речь в структуре художественного текста : монография / М. Я. Блох, Ю. М. Сергеева. — Москва : Прометей, 2011. — 180 с. — ISBN 978-5-4263-0024-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/8266.html>.
4. Бердышев, С. Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. 2-е изд. : учебное пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. — 182 с. — ISBN 978-5-394-01530-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/5980.html> .
5. Скопинцева, Т. Ю. Современные техники анализа текстов культуры : учебное пособие / Т. Ю. Скопинцева. — Оренбург : Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 117 с. — ISBN 978-5-7410-1606-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/69945.html>
6. Филологический анализ текста : практикум / составители О. В. Марьина. — Барнаул : Алтайский государственный педагогический университет, 2020. — 203 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/108863.html>

8.3. Периодические издания

1. Вестник Московского университета. Серия 9. Филология. ISSN 0130-0075. <http://www.iprbookshop.ru/56675.html>.
2. Вопросы языкознания. ISSN 0373-658X. <http://vja.ruslang.ru/ru/archive/2019-6>.
3. Русская речь. ISSN: 0131-6117. <https://russkayarech.ru/>.
4. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Лингвистика. ISSN 2312-9182. <http://www.iprbookshop.ru/32473.html>.
5. Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. ISSN 2074-1588 <http://www.iprbookshop.ru/57188.html>.
6. Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия Лингвистика и межкультурная коммуникация. ISSN 2305-5146. <http://www.iprbookshop.ru/62584.html>.

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. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <https://biblioclub.ru/>.
4. Сайт Института языкознания РАН. <https://iling-ran.ru/web/>.
5. Справочно-информационный портал «Грамота.ру» <http://new.gramota.ru/>.
6. Электронная библиотека словарей <http://www.slovopedia.com/>

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.

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);

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 бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

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

Технические средства обучения:

компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; проектор; экран.

Перечень свободно распространяемого и лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows Server 2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security, Gimp, Inkscape, Shotcut, Blender.

Компьютерная техника с подключением к сети «Интернет» и доступом 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.

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.

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 студентами-инвалидами и студентами 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.