

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Пекаревский Борис Владимирович
Должность: Проректор по учебной и методической работе
Дата подписания: 29.12.2022 13:01:33
Уникальный программный ключ:
3b89716a1076b80b2c167df0f27c09d01782ba84



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный технологический институт
(технический университет)»
(СПбГТИ(ТУ))

Рабочая программа модуля
РАЗРАБОТКА КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОДУКТА
Направление подготовки
42.03.01 - РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность программы бакалавриата:
Реклама и связи с общественностью в медиапространстве

Уровень подготовки
Бакалавриат

Форма обучения
Очная

Факультет **Экономики и менеджмента**
Кафедра **Управления персоналом и рекламы**

Санкт-Петербург
2019

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.	Ошибка! Закладка не определена.
2. Место модуля в структуре образовательной программы.....	5
3. Объем модуля	8
4. Содержание модуля	9
4.1. Разделы модуля и виды занятий.....	9
4.2. Занятия лекционного типа.	9
4.3. Занятия семинарского типа.	14
4.3.1. Семинары, практические занятия.....	14
4.3.2. Лабораторные работы.....	20
4.4. Самостоятельная работа обучающихся.....	24
4.5. Курсовое проектирование.....	28
4.5.1 Порядок выполнения курсовой работы	28
4.5.2 Темы курсовой работы	28
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по модулю	29
6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации.....	29
7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения модуля.....	30
8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля.....	Ошибка! Закладка не определена.
9. Методические указания для обучающихся по освоению модуля	Ошибка! Закладка не определена.
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю	31
10.1. Информационные технологии.....	32
10.2. Лицензионное программное обеспечение.....	33
10.3. Информационные справочные системы.....	33
11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю	33
12. Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.....	33

1. Перечень планируемых результатов обучения по модулю, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Соответствие профессиональных стандартов, обобщённых трудовых функций и трудовых функций профессиональной деятельности выпускника программ бакалавриата компетенциям ФГОС по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью»

В результате освоения образовательной программы бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по модулю:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код индикатора</i>	<i>Наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Дескрипторы</i>
ПК-8	Способностью осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-8.1	Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Знать: Основную специфику различных отечественных и зарубежных коммуникационных каналов Уметь: Выявлять необходимые коммуникационные каналы под целевую аудиторию Владеть: способностью создавать тексты рекламы и PR с учетом специфики коммуникационных каналов.
		ПК-8.2	Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Знать: Основные виды кампаний и проектов. Уметь: Творчески подходить к созданию информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью. Владеть: Способностью создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код индикатора</i>	<i>Наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Дескрипторы</i>
		ПК-8.3	Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR- кампании	Знать: Виды рекламных и PR кампаний Уметь: Сформировать план мероприятий и создать сценарии для рекламной и PR-компании Владеть: Способностью создавать план мероприятий и событий для рекламных и PR кампаний.
		ПК-8.4	Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	Знать: Особенности работы в офлайн и онлайн среде в рамках современного информационного общества. Уметь: Использовать и выбирать в разных средах инструменты для трансляции общественности информации об организации. Владеть: Приемами трансляции миссии и философии организации в оффлайн и онлайн среде
ПК-9	Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-9.1	Применяет современные методы для разработки коммуникационного продукта.	Знать: Современные методы для разработки, проектирования, расчета и планирования коммуникационного продукта Уметь: Использовать инструменты и программы для создания и реализации коммуникационных продуктов

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код индикатора</i>	<i>Наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Дескрипторы</i>
				Владеть: Техниками и методами реализации задуманной идеи

2. Место модуля в структуре образовательной программы

Модуль относится к БЛОКУ 1 (Б1.В.03) и изучается на 3 курсе в триместрах 7 и 8.

В методическом плане модуль опирается на элементы компетенций, сформированные при изучении модулей *«Копирайтинг»*, *«Организация рекламной и PR-деятельности»*.

Полученные в процессе изучения модуля *«Разработка коммуникационного продукта»* знания, умения и навыки могут быть использованы при написании выпускной квалификационной работы бакалавра.

3. Объем модуля

Вид учебной работы	Всего, академических часов
	Очная форма обучения
Общая трудоемкость модуля (зачетных единиц/ академических часов)	14/ 504
Контактная работа с преподавателем:	202
<i>1.занятия лекционного типа, в т.ч.</i>	44
<i>1.1. занятия лекционного типа 7 триместра</i>	30
<i>1.2.занятия лекционного типа 8 триместра</i>	14
2. занятия семинарского типа, в т.ч. <i>Курсовое проектирование</i>	138 20
2.1. семинары, практические занятия	104
<i>2.1.1 практические занятия 7 триместра</i>	50
<i>2.1.2. практические занятия 8 триместра</i>	54
2.2. лабораторные работы	34
<i>2.2.1. лабораторные работы 7 триместра</i>	18
<i>2.2.2. лабораторные работы 8 триместра</i>	16
курсовое проектирование (КР или КП)	КР
контроль	36
другие виды контактной работы	
Самостоятельная работа, в т.ч <i>Курсовое проектирование.</i>	266 20
<i>самостоятельная работа 7 триместра</i>	144 (10)
<i>самостоятельная работа 8 триместра</i>	122 (10)
Форма текущего контроля (опрос, групповая дискуссия, контроль разделов курсовой работы, отчеты по лабораторным работам, индивидуальные задания)	Работы по освоению компетенций
Форма промежуточной аттестации (КР, экзамен)	Итоговое тестирование, защита курсовой работы

4. Содержание модуля

4.1. Разделы модуля и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела модуля	Занятия лекционного типа, академ. часы	Занятия семинарского типа, академ. часы		Самостоятельная работа, академ. часы	Формируемые компетенции/индикаторы
			Семинары и/или практические занятия	Лабораторные работы		
1.	Раздел 1. « Основы использования современных технических средств в профессиональной деятельности »	16	36	12	88	ПК-8/ ПК-8.1, ПК-8.2,
2.	Раздел 2. « Реклама PR в глобальной сети Интернет и других медиа »	14	34	12	88	ПК-8.3, ПК-8.4
3.	Раздел 3. « Авторская деятельность в области рекламы и связей с общественностью с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта »	14	34	10	90	ПК-9/ ПК-9.1
	Итого	44	104	34	266	

4.2. Занятия лекционного типа.

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, академ. часы	Инновационная форма
1/7	Тема 1. Методы, цели, задачи рекламной деятельности. Рекламное обращение: виды, формы. Рекламное обращение: виды, формы. <i>Рекламное обращение: понятие, сущность. Отличительные особенности рекламного обращения от других вариантов информационных сообщений. Основные виды и типы рекламных обращений. Актуальные вопросы классификации рекламных обращений.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
1/7	Тема 2. Проектирование рекламной кампании. <i>Жизненный цикл товара и рекламные задачи. Целевая аудитория рекламной кампании. Создание концепции рекламного обращения. Планирование и проведение рекламной кампании.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
1/7	Тема 3. Введение в интернет-рекламу. <i>Модели отношений между участниками процесса электронной коммерции. Составляющие рекламной кампании в интернете. Виды интернет-рекламы. Способы оплаты за рекламу в сети Интернет. Выбор и анализ ниши для продвижения. Основы работы с Yandex.Wordstat и Google Trends.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
1/7	Тема 4. Удобство использования сайта. <i>Понятие юзабилити. Основные принципы юзабилити. Изучение примеров удачных и неудачных решений. Важность тестирования сайта на удобство его использования (работа с фокус-группами, составление плана тестирования, выполнение тестерами списка задач и фиксирование ошибок).</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
1/7	Тема 5. Основные требования к дизайну сайта. <i>Разбор удачных и неудачных решения дизайна сайтов. Подбор цветовой схемы для сайта. Онлайн-сервисы для подбора схемы сайта. Принципы построения макета сайта.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
1/7	Тема 6. Одностраничные сайты. Сайты интернет-магазинов. <i>Продажи в интернете. Landing page (одностраничный сайт). Виды одностраничных сайтов, цели создания. Преимущества и недостатки. Полноценный интернет-магазин. Принципы работы. Отличие от одностраничного сайта.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
1/7	Тема 7. Структура страницы интернет-сайта. Основные требования к дизайну сайта. Графические редакторы для макета. <i>Изучение структура страницы современного интернет-сайта. Выделение основные требования к дизайну сайта. Графические редакторы для макета сайта. Рейтинги популярности. Достоинства и недостатки редакторов.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
1/7	<p>Тема 8. Системы веб-аналитики и статистики. Яндекс.Метрика и Google Analytics. <i>Основы веб аналитики. Принципы работы. Методы. Инструменты (работа с Яндекс Метрикой и Google Analytics). Отчеты, генерируемые системами веб-аналитики и статистики. Лог-анализаторы.</i></p>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	<p>ИТОГО по разделу 1, в т.ч. 7 триместр</p>	16 16	
2/7	<p>Раздел 2. «Реклама PR в глобальной сети Интернет и других медиа» Тема 9. Продвижение сайта в интернете. SEO. <i>Поисковое продвижение сайта. Особенности. Виды SEO. Преимущества и недостатки. Шаги, необходимые для поднятия сайта в поисковой выдаче. Сравнение SEO и контекстной рекламы.</i></p>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/7	<p>Тема 10. Контекстная реклама в интернете: Системы Яндекс Директ и Google AdWords. <i>Общая информация по работе контекстной рекламы в сети Интернет. Принципы и порядок действия для создания рекламной кампании в Яндекс Директ и Google AdWords. Преимущества и недостатки различных систем контекстной рекламы.</i></p>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/7	<p>Тема 11. Парсинг ключевых слов. <i>Процесс сбора информации о статистике показов и связях между ключевыми словами со страниц поисковой системы через Яндекс Вордстат. Дополнение Yandex Wordstat Helper и правила работы с ним. Автоматический сбор через специализированные программы для паркинга. Обзор программ (Key Collector и подобных им). Выделение их достоинств и недостатков.</i></p>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/7	<p>Тема 12. Работа с системой контекстной рекламы Яндекс Директ. <i>Принципы работы с сайтом Яндекс Директ. Варианты работы с системой. Ручная загрузка групп объявлений на сайт. Автоматическая загрузка, используя специализированное ПО Директ Коммандер. Принципы работы с Директ Коммандер. Преимущества и недостатки</i></p>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	<i>работы с ним. Модерация. Модерация и системы оплаты в Яндекс Директ.</i>		
2/7	Тема 13. Определение эффективности рекламной кампании в интернете. <i>Воронка продаж для интернет-магазина. Конверсия. Показатели эффективности рекламной кампании в интернете. Цена за клик, за показ. Принципы оплаты рекламы в интернете. Показатели CTR, CTA.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/7	Тема 14. Реклама в социальных сетях. <i>Возможности современных социальных сетей. Популярные социальные сети в России и в мире. Аудитория в разных социальных сетях. Реклама и продвижение в социальных сетях. Принципы работы с социальными сетями в качестве рекламодателя.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
2/7	Тема 15. Видеореклама. Особенности рекламы в YouTube. Заработок в интернете. <i>Особенности монетизации видеоконтента в YouTube. Другие способы заработка в сети Интернет. Арбитраж трафика.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. 7 триместр	14 14	
3/7	РАЗДЕЛ 3. Авторская деятельность в области рекламы и связей с общественностью» с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта Тема 16. Художественный и компьютерный дизайн в рекламе. Особенности векторной и растровой графики. <i>Производство рекламного продукта. Компьютерный дизайн в рекламе. Композиционная структура рекламного сайта. Компьютерные шрифтовые технологии. Дизайн баннера. Дизайнерские компьютерные программы. Принципы хранения информации в растровых графических документах. Программы для векторной графики. Программы для растровой графики.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
3/7	Тема 17. Коммуникационный продукт: сущность, стратегии разработки и продвижения <i>специфика и разновидности различных рекламных продуктов и услуг; сущность и разновидности рекламных стратегий; сущность, задачи и значение рекламных брифов; важнейшие рекламные атрибуты; разграничение рекламных стратегий; элементы структуры креативного брифа.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/7	Тема 18. Классификация Рекламы в СМИ <i>Классификация на основании целевой идеи, способа распространения рекламы, по географии распространения, по целевой аудитории. Выделение в рамках каждой классификационной группы видов рекламы.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/8	Тема 19. Психология восприятия рекламного продукта. <i>Восприятие и потребности в рекламе. Основные мотивы в рекламе. Классификации рекламы по типу восприятия и характеру аргументации.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/8	Тема 20. Изучение целевой аудитории. <i>Что важно знать о целевой аудитории? Методика описания целевой аудитории. Характеристика ЦА. Уровни описания целевой аудитории.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/8	Тема 21. Основные носители и материалы в рекламной полиграфии. <i>Печатная реклама. Формат рекламы. Процессы формирования визуальных образов в рекламе и методики тестирования рекламы.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/8	Тема 22. Технологии производства видеорекламы. <i>Технологические особенности производства видеорекламы; целесообразность использования отдельных видов видеорекламы для решения конкретных целей. Обоснование технологических этапов производства видеопродукции. Обоснование использования отдельных процессов видеосъемки и видеомонтажа.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч. 7 триместр	14 6 8	

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Инновационная форма
	8 триместр		
	ИТОГО по модулю	44	

4.3. Занятия семинарского типа.

4.3.1. Семинары, практические занятия.

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
	РАЗДЕЛ 1. Основы профессиональной деятельности		
1/7	Тема 1. Жизненный цикл товара (услуги). <i>Описание товара (услуги) выбранной организации и описание жизненного цикла. Определение целевой аудитории рекламной кампании.</i>	2	Опрос, групповая дискуссия
1/7	Тема 2. Планирование рекламной кампании. <i>Составление плана проведения рекламной кампании. Выбор площадок для размещения рекламы. Описание возможности проведения рекламной кампании в интернете.</i>	2	Опрос, групповая дискуссия
1/7	Тема 3. Обсуждение отчета <i>Проверка готового отчета для формирования электронного портфолио. Устный опрос.</i>	2	Опрос
1/7	Тема 4. Выбор ниши для разработки рекламной кампании в сети Интернет. <i>Выбор продукта/услуги для дальнейшего его продвижения через Интернет. Анализ ниши. Описание возможных поставщиков.</i>	2	Слайд-презентация, опрос, групповая дискуссия
1/7	Тема 5. Пассивные способы тестирования ниши. Использование Яндекс Вордстат. <i>Изучение принципов работы Яндекс Вордстат. Регистрация аккаунта Яндекс.</i>	2	Слайд-презентация, опрос, групповая дискуссия

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
1/7	Тема 6. Юзабилити для сайта выбранной ниши. <i>Подбор удачных и неудачных решений решения юзабилити для выбранной ниши</i>	2	Опрос, групповая дискуссия
1/7	Тема 7. Подбор цветовой схемы сайта. <i>Обзор интернет-сервисов, позволяющих осуществить подбор цветовой схемы сайта. Выбор сервиса и подбор в нем нескольких вариантов схем для сайта выбранной ниши. Обоснование выбора.</i>	2	Групповая дискуссия
1/7	Тема 8. Анализ целевой аудитории сайта. <i>Характеристика ЦА (определение демографических характеристик, психологических черт). Определение частоты потребления продукта.</i>	2	Слайд- презентация, опрос, групповая дискуссия
1/7	Тема 9. Составление карточки продукта. <i>Подготовка карточки для основных товаров сайта (наименование, спецификация, фотография, описание, отзывы и т.п.).</i>	2	Слайд- презентация, опрос, групповая дискуссия
1/7	Тема 10. Анализ онлайн-конструкторов для разработки одностраничного сайта (landing page). <i>Изучение различных онлайн-конструкторов для составления лендингов. Сравнение их возможностей и цен. Определение конструктора для дальнейшей работы с ним. Обоснование выбора.</i>	2	Слайд- презентация, опрос
1/7	Тема 11. Обзор одностраничных сайтов. <i>Обзор существующих одностраничных сайтов по тематике выбранной ниши. Выделение сильных и слабых сторон сайтов.</i>	2	Слайд- презентация
1/7	Тема 12. Построение одностраничного сайта. <i>На основе выбранного ранее онлайн-конструктора построить одностраничный сайт по продаже товаров (услуг).</i>	2	Слайд- презентация, опрос, индивидуальное задание
1/7	Тема 13. Работа с системами веб-аналитики и статистики. <i>Добавление на созданный одностраничный сайт системы веб-аналитики и статистики Яндекс Метрика. Анализ отчетов Яндекс Метрики.</i>	2	Слайд- презентация

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
1/7	Тема 14. Подготовка макета интернет-магазина (часть 1). <i>Подготовка макета базовых страниц полноценного интернет-магазина по выбранной с использованием онлайн-решений.</i>	2	Слайд-презентация, опрос
1/7	Тема 15. Подготовка макета интернет-магазина (часть 2). <i>Подготовка макета базовых страниц полноценного интернет-магазина по выбранной с использованием онлайн-решений.</i>	2	Слайд-презентация, опрос
1/7	Тема 16. Контроль работ по созданию интернет-магазина. <i>Проверка готовых интернет-магазинов. Разбор допущенных ошибок.</i>	2	Опрос
1/7	Тема 17. Контроль работ по теме «Конкурентный анализ». <i>Проверка и оценивание работ.</i>	2	Опрос
1/7	Тема 18. Подготовка семантической карты по выбранной нише (часть 1). <i>Определение базовых ключевых слов. Составление карты пересечения.</i>	2	Слайд-презентация, индивидуальное задание
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. 7 триместр	36 36	
	РАЗДЕЛ 2 Реклама и ПР в глобальной сети Интернет и других медиа»		
2/7	Тема 19. Подготовка семантической карты по выбранной нише (часть 2). <i>Формирование семантической карты в виде ментальной карты (mind map).</i>	2	Опрос, групповая дискуссия, индивидуальное задание.
2/7	Тема 20. Пересечение базовых ключевых слов (часть 1). <i>Пересечение базовый ключевых слов через бесплатные онлайн сервисы (генератор фраз в PPC-help и подобные сервисы).</i>	2	Опрос
2/7	Тема 21. Пересечение базовых ключевых слов (часть 2). <i>Перенос составных базовых ключевых слов в таблицу. Подготовка таблицы для парсинга.</i>	2	Опрос

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
2/7	Тема 22. Подготовка к парсингу ключевых слов. <i>Установка расширения для браузера Yandex Wordstat Helper. Изучение принципов его работы.</i>	2	Слайд-презентация , опрос
2/7	Тема 23. Парсинг ключевых слов. <i>Сбор информации о статистике показов и связях между ключевыми словами со страниц поисковой системы на основе пересечений базовых ключевых слов.</i>	2	Слайд-презентация, индивидуальное задание
2/7	Тема 24. Минусация. <i>Определение стоп-слов на основе собранных ключевых фраз.</i>	2	Опрос, групповая дискуссия
2/7	Тема 25. Составление рекламных объявлений для Яндекс Директ. <i>Подготовка рекламных объявлений для загрузки их в систему Яндекс Директ.</i>	2	Слайд-презентация, опрос, индивидуальное задание
2/7	Тема 26. Принципы работы с сайтом Яндекс Директ. Загрузка группы рекламных объявлений на сайт. <i>Изучение сайта системы Яндекс Директ. Работа с текстово-графическими объявлениями. Стратегии управления ставками. Настройка визитки компании на сайте Яндекс Директ. Загрузка нескольких созданных ранее объявлений через сайт. Управление ставками. Отправка кампании на модерацию.</i>	2	Слайд-презентация, опрос
2/7	Тема 27: Изучение и работа с программой Директ Коммандер. <i>Обзор программ, которые позволяют автоматизировать загрузку и работу с рекламными объявлениями. Изучение интерфейса программы. Настройки программы. Изучение достоинств и недостатков работы с программой по сравнению с загрузкой объявлений вручную через сайт.</i>	2	Слайд-презентация, индивидуальное задание
2/7	Тема 28. Контроль работы по созданию рекламной кампании в Яндекс Директ. <i>Проверка и оценивание работ.</i>	2	Опрос
2/7	Тема 29. Задачи на показатели эффективности рекламной кампании (часть 1). <i>Решение задач на показатели эффективности рекламной кампании (CTR, CTA и т.п.).</i>	2	Опрос

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
2/7	Тема 30. Задачи на показатели эффективности рекламной кампании (часть 2). <i>Решение задач на показатели эффективности рекламной кампании (CTR, СТА и т.п.).</i>	2	Опрос
2/7	Тема 31. Таргетинговая реклама в социальных сетях. <i>Изучение рекламных возможностей различных социальных сетей. Анализ аудитории в социальных сетях.</i>	2	Опрос, групповая дискуссия
2/7	Тема 32. Защита первой части отчета по ПК-8 (часть 1). <i>Проверка готового отчета для формирования электронного портфолио. Устный опрос.</i>	2	Опрос
3/7	Тема 33. Защита первой части отчета по ПК-8 (часть 2). <i>Проверка готового отчета для формирования электронного портфолио. Устный опрос.</i>	2	Опрос
3/7	Тема 34. Анализ целевой аудитории (часть 1). <i>Анализ ЦА для организаций, товаров и услуг согласно персональному варианту</i>	2	Слайд- презентация, опрос, групповая дискуссия
3/7	Тема 35 Выдача задания для курсовой работы.	2 (10)	Обсуждение курсовой работы
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. 7 триместр	34 (10) 34 (10)	
	РАЗДЕЛ 3. Авторская деятельность в области рекламы и связей с общественностью» с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта		
3/7	Тема 36. Анализ целевой аудитории (часть 2). <i>Создание презентации с анализом целевой аудитории, выполненной согласно своему варианту.</i>	2	Слайд- презентация, опрос, групповая дискуссия
3/7	Тема 37. Бриф на разработку креативных материалов. <i>Заполнение брифа на разработку креативных материалов. Описание бренда и его окружения, потребителя, элементов проводимой рекламной</i>	2	Слайд- презентация, опрос

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
	<i>кампании.</i>		
3/8	Тема 38. Создание упаковки. <i>Просмотр и обсуждение обучающего видеofilmа об упаковке как канале коммуникации. Создание концептов своей упаковки</i>	2	Групповая дискуссия, опрос
3/8	Тема 39. Продакт плейсмент. <i>Просмотр и обсуждение обучающего видеofilmа о продакт плейсменте.</i>	2	Групповая дискуссия, опрос
3/8	Тема 40. Вопросы организации творческой деятельности в рекламном агентстве. <i>Создание конспекта по вопросам организации творческой деятельности в рекламном агентстве (на основе выданного материала, а также на основе работы с глобальной сетью Интернет).</i>	2	Опрос
3/8	Тема 41. Доклады студентов на тему оценки эффективности рекламы. <i>Чтение докладов. Создание опросов для анализа коммуникационной эффективности рекламы.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/8	Тема 42. Позиционирование. Анализ материалов по позиционированию. <i>Изучение и анализ материала по позиционированию, в том числе с использованием глобальной сети Интернет.</i>	2	Групповая дискуссия
3/8	Тема 43. Позиционирование. Карта восприятия. <i>Создание карты восприятия.</i>	2	Опрос, слайд-презентация
3/8	Тема 44. Реклама на движущихся носителях. Конспект. <i>Создание конспекта по изучению рекламы на движущихся носителях (на основе выданного материала, а также на основе работы с глобальной сетью Интернет).</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/8	Тема 45. Реклама на движущихся носителях. Концепция <i>Создание концепции размещения рекламы на движущемся носителе.</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/8	Тема 46. Сбор информации для создания плана стенда. <i>Поиск информации для плана и концепта</i>	2	Слайд-презентация, групповая

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
	<i>наполнения стенда фирмы. Изучение стендов для участия в выставках, ярмарок от других фирм.</i>		дискуссия, опрос
3/8	Тема 47. Технологии производства видеорекламы. <i>Создание конспекта по изучению технологий производства видеорекламы (на основе выданного материала, а также на основе работы с глобальной сетью Интернет).</i>	2	Слайд-презентация, групповая дискуссия
3/8	Тема 48. Защита второй части отчета по ПК-8. <i>Проверка готового отчета для формирования электронного портфолио. Устный опрос.</i>	2	Опрос
3/8	Тема 49. Подготовка презентации к курсовой работы. <i>Создание презентации для курсовой работы. Предзащита работы.</i>	2 (6)	Слайд-презентация, подготовка к защите курсовой работы
3/8	Тема 50. Защита курсовой работы (часть 1).	2 (2)	Защита курсовой работы, опрос
3/8	Тема 51. Защита курсовой работы (часть 2).	2 (2)	Защита курсовой работы, опрос
3/8	Тема 52. Аттестация. Прохождение итогового тестирования.	2	Тестирование
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч. 7 триместр 8 триместр	34 (10) 4 30 (10)	
	ИТОГО по модулю в том числе курсовое проектирование	104 20	

4.3.2. Лабораторные работы.

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
	РАЗДЕЛ 1. Основы использования современных технических средств и ИКТ в профессиональной деятельности		
2/7	Тема 1. Пассивные способы тестирования ниши. Использование Яндекс Вордстат. Анализ выбранного продукта/услуги через Яндекс.Вордстат. Подготовка отчета по работе с сервисом.	2	Слайд-презентация, отчет по лабораторному практикуму
2/7	Тема 2. Пассивные способы тестирования ниши. Использование Google Trends. <i>Изучение принципов работы сервиса. Анализ выбранного продукта/услуги через Google Trends. Подготовка отчета по работе с сервисом.</i>	2	Слайд-презентация, отчет по лабораторному практикуму
2/7	Тема 3. Создание отчета по созданию одностраничного сайта. <i>Формирование общего отчета по анализу ниши, выбору товара для размещения на сайте, созданию самого одностраничного сайта в онлайн-конструкторе.</i>	2	Отчет по лабораторному практикуму, опрос
2/7	Тема 4. Создание сайта интернет-магазина в онлайн-конструкторе (часть 1). <i>На основании подготовленного макета создание сайта полноценного интернет-магазина по выбранной нише. Создание структуры сайта.</i>	2	Отчет по лабораторному практикуму
2/7	Тема 5. Создание сайта интернет-магазина в онлайн-конструкторе (часть 2). <i>Наполнение товарами (услугами) сайт интернет-магазина. Заполнение дополнительной информации (страницы доставки, «о компании», оплата и т.п.).</i>	2	Отчет по лабораторному практикуму
2/7	Тема 6. Конкурентный анализ. <i>Проведение конкурентного анализа на основании подготовленного чек-листа. Подведение итогов, написание выводов.</i>	2	Отчет по лабораторному практикуму
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. 7 триместр	12 12	
	РАЗДЕЛ 2. Реклама и ПР в глобальной сети Интернет и других медиа»		

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
2/7	Тема 7. Работа с программой Директ Коммандер. <i>Загрузка всех созданных рекламных объявлений в систему Яндекс Директ через программу Директ Коммандер.</i>	2	Слайд-презентация, отчет по лабораторному практикуму
2/7	Тема 8. Настройка таргетинговой рекламы в социальной сети. <i>Выполнение мероприятий по созданию рекламной кампании в социальной сети на выбор (до стадии модерации и оплаты).</i>	2	Отчет по лабораторному практикуму
2/7	Тема 9. Формирование отчета по ПК-8. <i>Подготовка отчета для формирования электронного портфолио (часть 1).</i>	2	Опрос
3/8	Тема 10. Создание флаера. Сбор теоретического материала. <i>Сбор теоретического материала по форматам бумаги в РФ и др. странах, видах расширений графических файлов и их особенностях, требованиях типографий к макетам.</i>	2	Отчет по лабораторному практикуму
3/8	Тема 11. Создание флаера. Знакомство с графическим редактором. <i>Знакомство с графическим редактором для последующего создания макета флаера.</i>	2	Отчет по лабораторному практикуму
3/8	Тема 12. Создание этикетки. Создание макета (часть 1). <i>Создание этикетки для коробки молока или сока в графическом редакторе.</i>	2	Отчет по лабораторному практикуму
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. 7 триместр 8 триместр	12 6 6	
	РАЗДЕЛ 3. Авторская деятельность в области рекламы и связей с общественностью» с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта		
3/8	Тема 13. Создание этикетки. Создание макета (часть 2). <i>Создание этикетки для коробки молока или сока в графическом редакторе.</i>	2	Отчет по лабораторному практикуму
3/8	Тема 14. Создание плана стенда. <i>Создание плана и концепта наполнения стенда фирмы для участия в выставке, ярмарке.</i>	2	Отчет по лабораторному практикуму

№ раздела модуля /триместр	Наименование темы и краткое содержание занятия	Объем, акад. часы	Примечание
3/8	Тема 15. Создание аудиоролика (часть 1). <i>Знакомство с аудиоредактором и создание своего рекламного аудиоролика по материалам брифа.</i>	2	Отчет по лабораторному практикуму
3/8	Тема 16. Создание трейлера к фильму. Знакомство с видеоредактором. <i>Знакомство с видеоредактором для дальнейшего создания трейлера к фильму.</i>	2	Отчет по лабораторному практикуму
3/8	Тема 17. Создание трейлера к фильму. Работа над видеороликом (часть 1) <i>Создание своего трейлера к заранее выбранному фильму.</i>	2	Отчет по лабораторному практикуму
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч. 8 триместр	10 10	
	ИТОГО по модулю	34	

4.4. Самостоятельная работа обучающихся

Содержание самостоятельной работы

№ раздела модуля/ триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
	РАЗДЕЛ 1. Основы использования современных технических средств и ИКТ в профессиональной деятельности		
1/7	Подготовка к семинарскому занятию-дискуссии «ИКТ в образовании и рекламе».	9	Опрос
1/7	Подготовка к семинарскому занятию-дискуссии «Средства передачи рекламного обращения. План рекламной кампании».	9	Опрос
1/7	Подготовка к семинарскому занятию-дискуссии «Жизненный цикл товара (услуги)».	10	Опрос
1/7	Подготовка к семинарскому занятию-дискуссии «Планирование рекламной кампании».	10	Опрос
2/7	Подготовка к семинарскому занятию-дискуссии «Юзабилити для сайта выбранной ниши».	10	Опрос
2/7	Подготовка к семинарскому занятию-дискуссии «Подбор цветовой схемы сайта»	10	Опрос
2/7	Работа по составлению карточки продукта (продуктов/услуг) для дальнейшего размещения	10	Опрос
2/7	Подготовка к семинарскому занятию-дискуссии «Структурирование информации». Составление	10	Опрос
2/7	Подготовка к семинарскому занятию-дискуссии «Юзабилити для сайта выбранной ниши».	10	Опрос
	ИТОГО по разделу 1, в т.ч. 7 триместр	88 88	
	РАЗДЕЛ 2. Реклама и ПР в глобальной сети Интернет и других медиа»		
2/7	Построение одностраничного сайта по продаже товаров (услуг).	9	Опрос
2/7	Подготовка к семинарскому занятию-дискуссии «Работа с системами веб-аналитики и статистики».	9	Опрос
2/7	Формирование отчета по созданию одностраничного сайта	9	Индивидуальное задание, опрос
2/7	Работа над макетом сайта по выбранной предметной области	9	Опрос

№ раздела модуля/ триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
2/7	Работа над созданием полноценного сайта интернет-магазина по выбранной предметной области и подготовка к контролю.	9	Опрос
2/7	Подготовка к семинарскому занятию-дискуссии «Парсинг ключевых слов»	9	Опрос
2/7	Подготовка к семинарскому занятию-дискуссии «Составление рекламных объявлений для Яндекс Директ».	9	Опрос
2/7	Работа над созданием рекламных объявлений Яндекс Директ по своему разработанному сайту.	9	Опрос
2/7	Подготовка к семинарскому занятию-дискуссии «Таргетинговая реклама в социальных сетях».	9	Опрос
2/7	Формирование первой части отчета по ПК-8,9 и подготовка к контролю.	7	Индивидуальное задание, опрос
	ИТОГО по разделу 2, в т.ч. 7 триместр	88 88	
	<i>РАЗДЕЛ 3. Авторская деятельность в области рекламы и связей с общественностью» с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</i>		
3/7	<i>Выбор предметной области для курсовой работы.</i>	5(10)	Опрос, курсовая работа
3/7	Подготовка к семинарскому занятию-дискуссии «Создание упаковки».	5	Опрос
3/8	Подготовка к семинарскому занятию -дискуссии «Продакт плейсмент».	5	Опрос
3/8	Самостоятельная работа с научной литературой по модулю.	5	Опрос

№ раздела модуля/ триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
3/8	Подготовка презентации на тему оценки эффективности рекламы.	5	Опрос
3/8	Подготовка к семинарскому занятию-дискусии «Подготовка к семинарскому занятию-дискусии «Реклама на движущихся носителях».	5	Опрос
3/8	Подготовка к семинарскому занятию-дискусии «Рекламные стратегии».	5	Опрос
3/8	Подготовка к семинарскому занятию-дискусии «Современные мультимедийные технологии в рекламе».	5	Опрос
3/8	Сбор информации для создания плана стенда для работы на практическом занятии	5	Опрос
3/8	<i>Выполнение курсовой работы «Разработка рекламной кампании для организации» (1 часть).</i>	5(5)	Опрос, курсовая работа
3/8	Подготовка к семинарскому занятию-дискусии «Тенденции в рекламе, связанные с глобализацией рекламного пространства».	5	Опрос
3/8	Работа над созданием трейлера к фильму в видеоредакторе.	5	Опрос
3/8	Подготовка к семинарскому занятию-дискусии «Эмоциональная и рациональная реклама».	5	Опрос
3/8	<i>Выполнение курсовой работы «Разработка рекламной кампании для организации» (2 часть).</i>	5(5)	Опрос, курсовая работа
3/8	Формирование итогового отчета об освоении ПК-8,9 и подготовка к его защите	5	Индивидуальное задание, опрос

№ раздела модуля/ триместр	Перечень вопросов для самостоятельного изучения	Объем, акад. часы	Форма контроля
3/8	<i>Подготовка презентации к курсовой работе «Разработка рекламной кампании для организации»</i>	5	Опрос, курсовая работа
3/8	<i>Подготовка к защите курсовой работы.</i>	5	Опрос, курсовая работа
3/8	Подготовка к тестированию по итогам изучения модуля, подготовка к аттестации.	5	Тестирование
	ИТОГО по разделу 3, в т.ч. 7 триместр 8 триместр	90 10 80	
	ИТОГО по модулю, в том числе выполнение курсовой работы	266 20	

4.5. Курсовое проектирование

Курсовое проектирование по модулю *«Разработка коммуникационного продукта»* предполагает контактные (практические) занятия и самостоятельную работу обучающегося.

Практические занятия	10 часов
Самостоятельная работа	10 часов

4.5.1 Порядок выполнения курсовой работы

В рамках модуля *«Разработка коммуникационного продукта»* выполняется курсовая работа «Разработка рекламной (ПР) кампании для организации».

Рекомендуемая структура курсовой работы:

ВВЕДЕНИЕ

1 АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

1.1 Сведения о компании

1.2 Цели и задачи рекламной (ПР) кампании

1.3 Анализ целевой аудитории

1.4 Анализ конкурентов

1.5 Анализ каналов коммуникации

2 ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

2.1 Определение целей и задач разрабатываемой рекламной (ПР) кампании

2.2 Описание видов рекламы и расчёт стоимости

2.3 График проведения рекламной (ПР) кампании

2.4 Оценка эффективности рекламной(ПР) кампании

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Список использованных источников

4.5.2 Темы курсовой работы

В рамках модуля *«Разработка коммуникационного продукта»* выполняется курсовая работа «Разработка рекламной (ПР) кампании для организации», представляющая собой комплексную работу по изучению итогом изучения модуля.

Типовая формулировка темы курсовой работы: «Разработка рекламной (ПР) кампании для (название организации или предприятия)». Пример типовых вариантов представлен ниже.

Студент также может выбрать другую организацию по согласованию с преподавателем. Более подробно варианты расписаны в фонде оценочных средств к данному модулю.

Номер варианта	Рассматриваемая организация	Полное наименование темы курсовой работы
1	Авиакомпания «Уральские авиалинии»	Разработка рекламной (ПР) кампании для АО Авиакомпания «Уральские авиалинии»
2	Железнодорожная компания «РЖД»	Разработка рекламной (ПР) кампании для АО "РЖД"
3	Транспортная компания «ПЭК»	Разработка рекламной (ПР) кампании для ООО «ПЭК»

Номер варианта	Рассматриваемая организация	Полное наименование темы курсовой работы
4	Банк «ВТБ»	Разработка рекламной (ПР) кампании для ПАО «ВТБ»
5	Группа компаний «Эталон»	Разработка рекламной (ПР) кампании для Группы компаний «Эталон»
6	Управляющая компания «Петербургский дом»	Разработка рекламной (ПР) кампании для ООО «Управляющая компания «Петербургский дом»
7	Издательский дом «Коммерсантъ»	Разработка рекламной (ПР) кампании для АО «Коммерсантъ»
8	Служба такси «777»	Разработка рекламной (ПР) кампании для ООО «Перспектива»
9	Логистическая компания «Эквинн»	Разработка рекламной (ПР) кампании для ООО «Эквинн»
10	Медицинская клиника «СМТ»	Разработка рекламной (ПР) кампании для Медицинского холдинга «СМТ»

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по модулю

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы по модулю и требования по выполнению изложены в СТП СПбГТИ 048-2009. КС УКВД. «Виды учебных занятий. Самостоятельная планируемая работа студентов. Общие требования к организации и проведению» и размещены в электронной информационно-образовательной среде СПбГТИ(ТУ) <https://technolog.bibliotech.ru/Account/OpenID>

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Своевременное выполнение обучающимся мероприятий текущего контроля позволяет превысить (достигнуть) пороговый уровень («удовлетворительно») освоения предусмотренных элементов компетенций. Текущий контроль по учебному модулю проводится в форме опроса, групповой дискуссии, контроля разделов курсовой работы, отчетов по лабораторным работам, индивидуальных заданий.

Результаты учебного модуля считаются достигнутыми, если для всех элементов компетенций превышен (достигнут) пороговый уровень освоения компетенции на данном этапе.

Промежуточная аттестация по учебному модулю проводится в форме итогового тестирования и защиты курсовой работы.

Итоговый тест предусматривают выборочную проверку освоения предусмотренных элементов компетенций и комплектуются вопросами (заданиями).

При сдаче промежуточной аттестации, обучающийся получает 30 вопросов из перечня вопросов, время работы студента с итоговым тестом - 90 мин.

Пример открытых вопросов теста:

Комплекс мероприятий в области маркетинговых коммуникаций, проводимых в определенный период в рамках единой программы по достижению определенного воздействия на целевую аудиторию, называется: _____ . (ПК-8)

(ответ: рекламной кампанией)

В рамках рекламной кампании продукта А рекламное объявление было показано 3200 раз, на сайт в итоге перешло 960 человек, 48 человек решили заказать товар. Стоимость одного клика (перехода на сайт) составила 4 рубля. Чему будет равен показатель CTR (%) для данного рекламного объявления? (ответ дать целым числом; при получении дробного округлять по правилам математики; знак «%» не писать) (ПК-8)

(ответ: 30)

Пример закрытых вопросов теста:

Целью контроля рекламной деятельности является: (ПК-9)

- 1) разработка направлений развития фирмы;
- 2) определение оптимальной численности сотрудников фирмы;
- 3) **определение эффективности расходования средств на рекламу.**

В качестве основных элементов онлайн-маркетинга можно перечислить (ПК-9):

- 1) **медийная реклама и контекстная реклама**
- 2) **SEO**
- 3) **SMO и SMM**
- 4) создание сайтов
- 5) обоснование создания интернет-магазина

7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения модуля

Электронные учебные издания

1. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью: учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — М: Издательство Юрайт, 2017. — 552 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. (ЭБС Юрайт).

2. Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М: Издательство Юрайт, 2018. — 502 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08548-8. (ЭБС Юрайт).

3. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М: Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. (ЭБС Юрайт).

1. Щепилова, Г. Г. Реклама : учебник для академического бакалавриата / Г. Г. Щепилова, К. В. Щепилов. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 381 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01220-0. (ЭБС Юрайт).

2. Внуков, А. А. Защита информации: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / А. А. Внуков. — 2-е изд., испр. и доп. — М: Издательство Юрайт, 2017. — 261 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01678-9. (ЭБС Юрайт).

3. Лобанова, Н. М. Эффективность информационных технологий: учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. М. Лобанова, Н. Ф. Алтухова. — М: Издательство Юрайт, 2017. — 237 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00222-5. (ЭБС Юрайт).

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения модуля

Официальный сайт СПбГТИ(ТУ) – <http://technolog.edu.ru>

Размещены:

- учебный план
- РПМ
- учебно-методические материалы

1. Электронная библиотека СПбГТИ(ТУ) (на базе ЭБС «БиблиоТех»). Принадлежность – собственная СПбГТИ(ТУ). Договор на передачу права (простой неисключительной лицензии) на использования результата интеллектуальной деятельности ООО «БиблиоТех» ГК№0372100046511000114_135922 от 30.08.2011. Адрес сайта – <http://bibl.lti-gti.ru/>
2. Электронная библиотечная система «Юрайт». Принадлежность – сторонняя. Договор № 130 (ЕП) 2020 от 01.12.2018. Адрес сайта – <https://urait.ru>
3. E-library.ru – научная электронная библиотека. Принадлежность – сторонняя. Договор № SU-676/2021 от 02.12.2020. Адрес сайта – <http://elibrary.ru>

Информационные справочные системы

1. Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов «Гарант». Принадлежность – сторонняя. Договор №УЗ-14/12 от 28.08.2012. Адрес сайта – www.garant.ru
2. Справочно-поисковая система «Консультант-Плюс». Принадлежность – сторонняя. Договор об информационной поддержке от 01.01.2009. Адрес сайта – www.consultant.ru

Рекомендуемые интернет-ресурсы

1. Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru/>
2. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru>
3. Библиотека электронных ресурсов Исторического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова – <http://www.hist.msu.ru/ER/index.html>
4. Хронос. Всемирная история в Интернете – <http://www.hrono.ru/>
5. Военная литература – <http://militera.lib.ru/>
6. Сервер органов государственной власти – <http://www.gov.ru>
7. Федеральный правовой портал «Юридическая Россия» – <http://www.law.edu.ru>

8. Государственная система распространения правовых актов – <http://www.pravo.msk.rsnet.ru>
9. Российская национальная библиотека – www.nlr.ru

9 Методические указания для обучающихся по освоению модуля

Методическая модель преподавания модуля основана на применении активных методов обучения. Принципами организации учебного процесса являются:

- выбор методов преподавания в зависимости от различных факторов, влияющих на организацию учебного процесса;
- объединение нескольких методов в единый преподавательский модуль в целях повышения эффективности процесса обучения;
- приведение примеров применения изучаемого теоретического материала к реальным практическим ситуациям;
- активное участие обучающихся в учебном процессе;
- подготовка обучающимися учебно-исследовательских работ по темам, связанным с формируемыми в рамках модуля компетенциями.

Все виды занятий по модулю проводятся в соответствии с требованиями следующих СТП:

- СТП СПбГТИ 040-2002. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Лекция. Общие требования;
- СТП СПбГТИ 018-2014. КС УКДВ. Виды учебных занятий. Семинары и практические занятия. Общие требования к организации и проведению.
- СТП СПбГТИ 048-2009. КС УКВД. Виды учебных занятий. Самостоятельная планируемая работа студентов. Общие требования к организации и проведению.
- СТП СПбГТИ 016-2015. КС УКДВ. Порядок организации и проведения зачетов и экзаменов.

Лекции, прослушанные студентами, дают систематизированные основы научных знаний и являются первым этапом теоретической подготовки. Они могут проводиться как в классической форме, так и с применением инновационных, интерактивных методов.

Практические занятия проводятся в форме семинаров. Целью их проведения является углубленное рассмотрение и закрепление материала, полученного на лекциях и в процессе самостоятельной работы над учебной и научной литературой. Семинары посвящаются обсуждению важнейших тем в форме устного опроса или групповой дискуссии, на них же осуществляется текущий контроль знаний.

Самостоятельная работа – совокупность всей самостоятельной деятельности обучающихся, как в отсутствие преподавателя, так и в контакте с ним. В ходе самостоятельной работы студент учится использовать различные источники информации (в частности – при написании эссе). Для более качественного освоения материала преподаватель предоставляет студентам сведения о методических указаниях, учебной и научной литературе и интернет-ресурсах по разделам модуля. Если в ходе изучения темы возникнут какие-либо трудности, которые сам студент не может преодолеть, ему необходимо обратиться к ведущему курс преподавателю.

Основными условиями правильной организации учебного процесса для обучающихся является: плановость в организации учебной работы; серьезное отношение к изучению материала; постоянный самоконтроль.

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю

10.1. Информационные технологии

В учебном процессе по данному модулю предусмотрено использование информационных технологий:

чтение лекций с использованием слайд-презентаций;

взаимодействие с обучающимися посредством электронной информационно-образовательной среды (ЭИОС СПбГТИ(ТУ)).

10.2. Лицензионное программное обеспечение.

Microsoft Office 2010 (Microsoft Word и Microsoft Excel), GNU Image Manipulation Program (GIMP), Директ Коммандер.

Операционная система Microsoft Windows 7 Professional

«1С:Предприятие», версия 8 (1С: Бухгалтерия предприятия)

10.3. Информационные справочные системы

1 Справочно-поисковая система «Консультант-Плюс» - www.consultant.ru

Принадлежность – сторонняя

Договор об информационной поддержке от 01.01.2009

2. Справочная правовая система (СПС) в виде электронного банка правовых материалов «Гарант». Договор №УЗ-14/12 от 28.08.2012- www.garant.ru

3. Профессиональная информационная система ИТС ПРОФ 1С- обновляемый ресурс, содержащий свыше 1000000 документов, разъяснений и примеров. <http://www.1c.ru/news/info.jsp?id=773>

11. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по модулю

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Специальные помещения укомплектованы учебной мебелью, в том числе мебелью для преподавания модуля, учебной доской, и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (мультимедийный проектор, экран, компьютеры, звуковые колонки).

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Электронно-библиотечные системы и электронная информационно-образовательная среда, а также информационно-справочные системы обеспечивают одновременный доступ не менее 25 процентов обучающихся.

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

Для обеспечения оперативного информирования и обеспечения необходимой учебной и методической информацией создан интернет портал – gtifem.ru. В рамках данного проекта реализована возможность социальной коммуникации между студентами и преподавателями, организован доступ к учебной литературе, к обсуждению и

реализации разного рода проектов не только в рамках учебного процесса, но и в социально-общественной жизни студентов.

12. Особенности освоения модуля инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья.

Специальные условия обучения и направления работы с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья) определены на основании:

– Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– Федерального закона от 24.11.1995 № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации»;

– приказа Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

– методических рекомендаций по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса, утвержденных Минобрнауки России 08.04.2014 № АК-44/05вн.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями учебный процесс осуществляется в соответствии с Положением об организации учебного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья СПбГТИ(ТУ), утвержденным ректором 28.08.2014 г.

Под специальными условиями для получения образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких обучающихся, включающие в себя использование при необходимости адаптированных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего необходимую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания вуза и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающихся с ограниченными возможностями здоровья.

Обучение в рамках учебного модуля обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется институтом с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Обучение по учебному модулю обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах.

В целях доступности обучения по модулю обеспечивается:

1) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению:

– наличие альтернативной версии официального сайта института в сети «Интернет» для слабовидящих;

– весь необходимый для изучения материал, согласно учебному плану (в том числе, для обучающихся по индивидуальным учебным планам) предоставляется в электронном виде на диске.

– индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь;
- обеспечение возможности выпуска альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- обеспечение доступа обучающегося, являющегося слепым и использующего собаку-проводника, к зданию института.

2) для лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху:

- наличие микрофонов и звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования (аудиоколонки);

3) для лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия должны обеспечивать возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Перед началом обучения могут проводиться консультативные занятия, позволяющие обучающимся с ограниченными возможностями адаптироваться к учебному процессу.

В процессе ведения учебного модуля профессорско-преподавательскому составу рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в учебной группе.

Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации по модулю для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и другое). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.