

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Мордовский государственный педагогический университет имени М.Е. Евсевьева»**

Физико-математический факультет

Кафедра информатики и вычислительной техники

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Технология создания и продвижения медиапроектов

Направление подготовки: 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

Профиль подготовки: Менеджмент в образовании. Информационная безопасность в образовании

Форма обучения: Очная

Разработчик: Сафонова Л.А., канд. пед. наук, доцент кафедры информатики и вычислительной техники

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры информатики и вычислительной техники, протокол № 3 от 21.10.2021 года

Зав. кафедрой _____  _____ Зубрилин А. А.

1. Цель и задачи изучения дисциплины

Цель изучения дисциплины состоит в получении опыта разработки медиапроектов и их продвижения в сети Интернет в соответствии с требованиями образовательных стандартов.

Задачи дисциплины:

- выработка знаний о принципах и методах медиапроектирования;
- формирование опыта планирования форм, структуры и содержания медиапроекта;
- выработка знаний об инструментах информационных технологий для создания и продвижения медиапроектов;
- формирование умений проводить оценку медиапроекта;
- выработка знаний о способах оптимизации сайтов сети Интернет;
- формирование умений использования программных инструментов для продвижения сайтов в сети Интернет;
- выработка навыков формирования культурных запросов и потребностей различных социальных групп с помощью созданных медиапроектов;
- формирование умения устанавливать межличностную и групповую коммуникацию при создании и продвижении медиапроектов.

В том числе воспитательные задачи:

- формирование научного мировоззрения и системы базовых ценностей личности;
- формирование основ профессиональной культуры обучающегося в условиях трансформации области профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина К.М.06.09 «Технология создания и продвижения медиапроектов» относится к предметно-методическому модулю учебного плана.

Дисциплина изучается на 3 курсе, в 5 семестре.

Для изучения дисциплины требуется: применение знаний, умений и навыков, сформированных в общеобразовательном курсе информатики, а также освоение предшествующих дисциплин:

Практикум по информационным технологиям

Основы информационной безопасности

ИКТ и медиаинформационная грамотность

Учебная (ознакомительная) практика

Информационные технологии и блоггинг (ф-в)

Цифровые образовательные ресурсы и их разработка

Программно-аппаратные средства защиты информации

Основы программирования на языках высокого уровня

Современные средства оценивания результатов в области информационной безопасности.

Освоение дисциплины «Технология создания и продвижения медиапроектов» является необходимой основой для последующего изучения дисциплин (практик):

Архитектура ЭВМ, системное и прикладное обеспечение

Безопасность образовательных Интернет-систем

Учебная (технологическая (проектно-технологическая) практика

Безопасность информационных систем и базы данных

Защита персональных данных

Организационное и правовое обеспечение информационной безопасности

Практикум по проектированию учебных занятий

Экосистема медийного пространства

Компьютерные сети и веб-технологии

Веб-разработка и веб-дизайн

Гуманитарные аспекты информационной безопасности
 Основы управления информационной безопасностью в образовательной организации
 Основы проектной и научно-исследовательской деятельности в области информационной безопасности.

Область профессиональной деятельности, на которую ориентирует дисциплина «Технология создания и продвижения медиапроектов», включает: 01 Образование и наука (в сфере дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования, профессионального обучения, профессионального образования, дополнительного образования).

Типы задач и задачи профессиональной деятельности, к которым готовится обучающийся, определены учебным планом.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций.

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями (ПК):

Компетенция в соответствии ФГОС ВО	
Индикаторы достижения компетенций	Образовательные результаты
ПК-9 Способен выявлять и формировать культурные потребности различных социальных групп	
ПК-9.2. Использует различные средства, методы, приемы и технологии формирования культурных запросов и потребностей различных социальных групп.	знать: <ul style="list-style-type: none"> – средства, методы и приемы формирования культурных запросов и потребностей различных социальных групп при создании медиапроекта; – способы планирования и разработки медиапроекта; уметь: <ul style="list-style-type: none"> – планировать форму, содержание, экономическую выгоду медиапроекта; – проводить оценку медиапроекта; – определять культурные запросы и потребности различных социальных групп с целью определения целевой аудитории медиапроекта; владеть: <ul style="list-style-type: none"> – технологией формирования культурных запросов и потребностей различных социальных групп с помощью медиапроектов; – способами создания и продвижения медиапроекта в сети Интернет;

Выпускник должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями (ОПК):

ОПК-9 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	
ОПК-9.1 Знает инструменты для реализации информационных технологий и осуществления на их основе коммуникационных процессов в образовательной среде; модели коммуникаций; технологии межличностной и групповой коммуникации в	знать: <ul style="list-style-type: none"> – инструменты информационных технологий для создания и продвижения медиапроектов; – принципы и методы медиапроектирования; – методы анализа и верификации информации, необходимой для разработки медиапроектов, уметь: <ul style="list-style-type: none"> – создавать новые медиапродукты, анализировать и верифицировать информацию, необходимую для этого; – проектировать организационные структуры

профессиональном взаимодействии.	медиапроектов; – производить творческие пилотные проекты; – устанавливать межличностную и групповую коммуникацию при создании и продвижении медиапроектов; владеть: – методами и инструментами медиапроектирования; – навыками разработки творческих медиапродуктов; – приемами и навыками использования инструментария медиапланирования в медиасфере.
----------------------------------	---

4 Объем дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Пятый семестр
Контактная работа (всего)	32	32
Лекции	16	16
Практические	16	16
Самостоятельная работа (всего)	20	20
Виды промежуточной аттестации		
Зачет	20	20
Общая трудоемкость часы	72	72
Общая трудоемкость зачетные единицы	2	2

5. Содержание дисциплины

5.1. Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Технологии создания медиапроектов:

Элементы и инструменты проектной деятельности в медиа. Технологии генерации, отбора проектов и предварительных исследований. Постановка цели и задач медиапроекта. Содержание проекта и способы его фиксации. Принципы и методы планирования медиапроекта. Планирование создания медиапроекта. Реализация медиапроекта с помощью конструктора сайтов. Использование функционала конструктора сайта для создания медиапроекта. Подготовка и защита медиапроекта.

Раздел 2. Технологии продвижения медиапроектов:

Создание организационной структуры медиапроекта. Моделирование продвижения и распространения медиапродукта. Запуск пилотной версии медиапроекта. Методы оценки эффективности медиапроекта. SEO-копирайтинг. Внутренняя оптимизация. Внешние факторы продвижения медиапроектов. Поведенческие факторы продвижения медиапроектов. Социальные сети для продвижения медиапроектов.

5.2. Содержание дисциплины:

Лекции (16 ч.)

Раздел 1. Технологии создания медиапроектов (8 ч.)

Тема 1. Элементы и инструменты проектной деятельности в медиа (2 ч.)

1. Сущностные характеристики медиапроекта.
2. Технологические этапы проектирования медиа.
3. Принципы отбора инструментов и технологий медиапроектирование.
4. Использование технологий социального проектирования в медиапроектировании.
5. Использование технологий бизнеспроектирования в медиапроектировании.

Тема 2. Технологии генерации, отбора проектов и предварительных исследований (2

ч.)

1. Этапы генерации и отбора идей в медиапроектировании.

2. Приемы аналогии, визуализации, упрощения.
3. Разработка замысла и его проверка.
4. Мозговой штурм, метод Дельфи, фейнмановская техника в медиапроектировании.
5. Сегментирование аудитории и поиск информационной ниши.
6. Использование исследований профессиональных медиаизмерителей (TNS Gallup Media и т.д.).
7. Исследования, направленные на изучение и уточнение целевой аудитории медиапроекта.

Тема 3. Постановка цели и задач медиапроекта. Содержание проекта и способы его фиксации (2 ч.)

1. Формы и методы постановки цели и задач в медиапроектировании.
2. Подстройка содержания проекта к целевой аудитории.
3. Конструктивистский подход к медиамаркетингу (И. В. Кирия).
4. Метод координат в определении содержания проекта и управлении им.
5. Способы фиксации содержания медиапроекта.
6. Взаимодействие с заказчиком: модель Кано и другие инструменты.

Тема 4. Принципы и методы планирования медиапроекта (2 ч.)

1. Управление сроками проекта.
2. Разработка расписания.
3. Фазы процесса, контрольные события.
4. Долгосрочное, оперативное и программно-целевое планирование в медиаотрасли.
5. Жизненный цикл медиапроекта как совокупность проектных фаз.

Раздел 2. Технологии продвижения медиапроектов (8 ч.)

Тема 1. Создание организационной структуры медиапроекта (2 ч.)

1. Создание организационной модели проекта.
2. Типовые организационные схемы проекта.
3. Определение взаимосвязи операций.
4. Проектирование взаимодействия подразделений.
5. Ньюсрум. Инструменты удаленного взаимодействия.
6. Проектирование штатного расписания и распределения обязанностей.
7. Четырех-стадийная модель создания проектной команды.
8. Принципы встраивания медиапроекта в структуру компании.
9. Устав проекта и другие документы, закрепляющие концепции.

Тема 2. Моделирование продвижения и распространения медиапродукта (2 ч.)

1. Модели распространения бесплатного медиапродукта.
2. Модели распространения платного медиапродукта.
3. Модели продвижения медиапродукта.
4. Достижение целевой аудитории через распространение и продвижение.

Тема 3. Запуск пилотной версии медиапроекта (2 ч.)

1. Особенности менеджмента на этапе стартапа.
2. «Безаудиторные» пилотные версии.
3. Фокус-группы как метод изучения реакции целевой аудитории.
4. Пилотные версии, направленные на ограниченную аудиторию.
5. Пилотные версии, направленные на полную аудиторию.

Тема 4. Методы оценки эффективности медиапроекта (2 ч.)

1. Типы индикаторов, их выбор для оценки.
2. Количественные индикаторы.
3. Качественные индикаторы.
4. Perfectness Rate.
5. Анализ эффективности социальных медиапроектов.

Практические (16 ч.)

Раздел 1. Технологии создания медиапроектов (8 ч.)

Тема 1. Планирование создания медиапроекта (2 ч.)

1. Выбор типа проекта.
2. Определение целевой аудитории, рисков и бюджета проекта.
3. Разработка структуры проекта.
4. Выбор программного продукта для реализации проекта.

Тема 2. Реализация медиапроекта с помощью конструктора сайтов (2 ч.)

1. Реализация структуры сайта.
2. Наполнение сайта текстовым и иллюстративным материалом.
3. Включение фото, аудио и видео объектов.
4. Подключение внешних ресурсов.

Тема 3. Использование функционала конструктора сайта для создания медиапроекта (2 ч.)

1. Использование анимации и эффектов.
2. Использование форм для сбора и упаковки информации в базы данных.
3. Использование интерактивных элементов.
4. Использование всплывающими окнами авторизаций разных этапов допуска к информации.

5. Использование опросов, табов, колонок.

Тема 4. Подготовка и защите медиапроекта (2 ч.)

1. Определение формы защиты проекта.
2. Приглашение целевой аудитории.
3. Реклама медиапроекта.
4. Разработка интерактивных и раздаточных медиаматериалов.
5. Критерии оценивания медиапроекта.
6. Защита медиапроекта.
7. Обсуждение. Критериальная оценка медиапроекта.

Раздел 2. Технологии продвижения медиапроектов (8 ч.)

Тема 1. SEO-копирайтинг. Внутренняя оптимизация (2 ч.)

1. Понятие SEO-копирайтинга.
2. Внутренняя оптимизация: тексты и html-код.
3. Оформление текста на странице.
4. Перелинковка и структура сайта.
5. Тексты внутренних ссылок.
6. Частота обновления информации на сайте.

Тема 2. Внешние факторы продвижения медиапроектов. (2 ч.)

1. Ссылочная популярность. Типы внешних ссылок. Траст сайта.
2. Рискованные способы набора ссылочной массы. Прогон по каталогам. Доски объявлений. Каталоги статей и пресс-релизов. Социальные закладки и их использование для раскрутки сайта. Прогон по профилям трастовых сайтов.

3. Модели ранжирования на основе коммерческих и естественных ссылок.

4. Условно-белые способы набора ссылочной массы. Идеальная рекламная кампания. Анализ ссылочного профиля конкурентов. Рассылка пресс-релизов. Новостное продвижение в Pr.Sape. Посты и постовые в блогах. Статейное продвижение. Seo-агрегаторы и продвижение сайта. Крауд-ссылки.

5. Принципы покупки ссылок. Естественные, спамные и покупные ссылки.

6. Вечные или арендные. Анкорный профиль и безанкорное продвижение. Базовые принципы отбора доноров.

Тема 3. Поведенческие факторы продвижения медиапроектов (2 ч.)

1. CTR и возвраты в поиск.
2. Поведение пользователя на сайте.
3. Повторные посетители.
4. Многоканальный трафик .
5. Навигационные и брендовые запросы.
6. Индексация сайта (2 часа)

Тема 4. Социальные сети для продвижения медиапроектов (2 ч.)

1. Обзор социальных сетей.
2. Кнопки социальных сетей на сайте.
3. Практическое продвижение сайта с помощью социальных сетей.
4. SMM-продвижение и таргетированная реклама.

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (разделу)

6.1 Вопросы и задания для самостоятельной работы

Десятый семестр (26 ч.)

Раздел 1. Технологии создания медиапроектов (16 часов)

Вид СРС: *Подготовка к промежуточной аттестации. Текущая аттестация организована в форме теста.

Типовые задания теста:

1. Медиапроекты – это
 - 1) проекты, которые реализуются с помощью медиа-каналов;
 - 2) любые проекты;
 - 3) проекты учебного и образовательного назначения.
2. Укажите признаки исследовательского проекта:
 - 1) требует хорошо продуманной структуры;
 - 2) подчинен логике исследования;
 - 3) имеет обозначенные цели;
 - 4) структура только намечается и остается открытой до окончания проекта;
 - 5) направлен на сбор информации о каком-то объекте, явлении.
3. Укажите, что относится к организационно-подготовительному этапу медиапроекта:
 - 1) определение целевой аудитории;
 - 2) написание сценария мероприятия;
 - 3) определение мероприятий, запланированных в ходе реализации проекта;
 - 4) моделирование продвижения и распространения медиапродукта;
 - 5) оценка качества выполнения медиапроекта.
4. Укажите, что относится к понятию «целевая аудитория»:
 - 1) пользователи, для которых некий предлагаемый продукт или услуга будет востребованы;
 - 2) любая группа пользователей, которым предлагается некоторый продукт или услуга;
 - 3) компания, которая определяет цель разработки продукта или услуги.
5. Выберите контент, позволяющий реализовать заключительный этап организации event-мероприятия:
 - 1) фото-отчеты;
 - 2) видео-отчеты;
 - 3) пост-релизы;
 - 4) публикации в соцсетях.
6. Что из перечисленного ниже относится к медиаматериалам?
 - 1) пресса;
 - 2) кинематограф;
 - 3) телевидение;
 - 4) видео;

- 5) Интернет;
- 6) личная переписка;
- 7) предметы быта.
7. Выберите правильный термин.

... – это способность осваивать, интерпретировать/анализировать и создавать медиатексты.

- 1) медиаграмотность;
- 2) медиакомпетентность;
- 3) медиавосприятие;
- 4) медиаобразование.

8. Как называется страница (группа страниц), объединенных по смыслу, навигационного и по месту расположения (на логическом уровне), а так же, как правило, имеющая единый стиль оформления?

9. Сопоставьте название ресурса и его назначение.

- 1) сайт-визитка – минимально необходимый, но достаточный набор информации о человеке или компании;
- 2) сайт-портфолио – небольшая презентация отдельного человека или коллектива, а именно его талантов в определенной области и пр.;
- 3) тематический сайт – сайт, посвященный преимущественно одной теме;
- 4) сайт-форум – может быть разделом сайта; предназначен для организации общения посетителей сайта между собой и с администратором сайта;
- 5) блог – Интернет-дневник или журнал, ведется наподобие новостной ленты.

10. Укажите последовательность этапов разработки сайта с помощью конструктора сайта:

- 1) регистрация;
- 2) выбор шаблона;
- 3) редактирование шаблона;
- 4) сохранение и публикация сайта.

Раздел 2. Технологии продвижения медиапроектов (16 часов)

Вид СРС: *Подготовка к промежуточной аттестации. Текущая аттестация организована в форме теста.

Типовые задания теста:

1. Компьютер, предоставляющий свои ресурсы другим компьютерам при совместной работе, называется

- 1) адаптером
- 2) коммутатором
- 3) рабочей станцией
- 4) сервером

2. Укажите соответствие географических доменов странам:

- .ru - Россия
- .ua - Украина
- .by - Белоруссия
- .ca - Канада

3. Укажите пропущенное слово.

Системы, обеспечивающие реализацию поиска информации, называются поисковыми системами.

4. В каких формах представлены традиционные поисковые системы?

- 1) картотеки и каталоги
- 2) адресные справочники
- 3) указатели
- 4) энциклопедии

- 5) лабораторные работы
5. Что означает аббревиатура SEO?
- 1) всестороннее развитие и продвижение сайта
 - 2) создание сайта
 - 3) наполнение сайта контентом
 - 4) оформление сайта дополнительными эффектами.
6. Расставьте поисковые системы в порядке их популярности.
- 1) Google
 - 2) Яндекс
 - 3) Mail
 - 4) Рамблер
7. Слово апдейт (update) означает обновление чего либо.
8. Выберите возраст «молодого» сайта.
- 1) менее 1 года
 - 2) менее 6 месяцев
 - 3) менее 3 лет
 - 4) менее 5 лет
9. Что означает слово «юзабилити» (англ. usability)?
- 1) удобство использования чего-либо
 - 2) дизайн сайта
 - 3) продвижение сайта
 - 4) оптимизация сайта
10. Что означает слово «релевантность»?
- 1) соответствие поисковому запросу
 - 2) соответствие тексту на сайте
 - 3) ранжирование сайтов согласно поисковому запросу
 - 4) оптимизация сайта

11. Тематика курсовых работ (проектов)

Курсовые работы (проекты) по дисциплине не предусмотрены.

12. Оценочные средства

12.1. Компетенции и этапы формирования

№ п/п	Оценочные средства	Компетенции, этапы их формирования
1	Предметно-методический модуль	ПК-9
2	Предметно-методический модуль	ОПК-9

12.2. Показатели и критерии оценивания компетенций, шкалы оценивания

Шкала, критерии оценивания и уровень сформированности компетенции			
2 (не зачтено) ниже порогового	3 (зачтено) пороговый	4 (зачтено) базовый	5 (зачтено) повышенный
ПК-9 Способен выявлять и формировать культурные потребности различных социальных групп			
ПК-9.2			
Не способен использовать различные средства, методы, приемы и	В целом успешно, но бессистемно использует различные средства,	В целом успешно, но с отдельными недочетами использует	Способен в полном объеме использовать различные средства, методы, приемы и

технологии формирования культурных запросов и потребностей различных социальных групп.	методы, приемы и технологии формирования культурных запросов и потребностей различных социальных групп.	различные средства, методы, приемы и технологии формирования культурных запросов и потребностей различных социальных групп.	технологии формирования культурных запросов и потребностей различных социальных групп.
--	---	---	--

ОПК-9 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ПК-9.2

Не знает инструменты для реализации информационных технологий и осуществления на их основе коммуникационных процессов в образовательной среде; модели коммуникаций; технологии межличностной и групповой коммуникации в профессиональном взаимодействии.	В целом успешно, но бессистемно использует инструменты для реализации информационных технологий и осуществления на их основе коммуникационных процессов в образовательной среде; модели коммуникаций; технологии межличностной и групповой коммуникации в профессиональном взаимодействии.	В целом успешно, но с отдельными недочетами использует инструменты для реализации информационных технологий и осуществления на их основе коммуникационных процессов в образовательной среде; модели коммуникаций; технологии межличностной и групповой коммуникации в профессиональном взаимодействии.	Способен в полном объеме использовать инструменты для реализации информационных технологий и осуществления на их основе коммуникационных процессов в образовательной среде; модели коммуникаций; технологии межличностной и групповой коммуникации в профессиональном взаимодействии.
--	--	--	---

Уровень сформированности компетенции	Шкала оценивания для промежуточной аттестации	Шкала оценивания по БРС
	Экзамен	
Повышенный	5 (отлично)	90 – 100%
Базовый	4 (хорошо)	76 – 89%
Пороговый	3 (удовлетворительно)	60 – 75%
Ниже порогового	2 (неудовлетворительно)	Ниже 60%

12.3. Вопросы промежуточной аттестации

Десятый семестр (Зачет, ПК-9.2, ОПК-9.1)

1. Дайте характеристику понятия проекта и медиапроекта. Приведите примеры.
2. Опишите сущностные характеристики медиапроекта. Приведите примеры.
3. Опишите технологические этапы проектирования медиа. Приведите примеры.
4. Дайте характеристику принципам отбора инструментов и технологий медиапроектирование.
5. Опишите особенности использования технологий социального проектирования в

медиапроектировании. Приведите примеры.

6. Опишите особенности использования технологий бизнеспроектирования в медиапроектировании. Приведите примеры.

7. Дайте характеристику этапам генерации и отбора идей в медиапроектировании. Опишите приемы аналогии, визуализации и упрощения.

8. Опишите особенности разработки замысла и его проверки. Приведите примеры.

9. Дайте характеристику мозгового штурма, метода Дельфи, фейнмановской техники в медиапроектировании.

10. Опишите сегментирование аудитории и поиск информационной ниши медиапроекта. Приведите примеры.

11. Опишите особенности использования исследований профессиональных медиаизмерителей (TNS Gallup Media и т.д.) и исследований, направленных на изучение и уточнение целевой аудитории медиапроекта.

12. Дайте характеристику формам и методам постановки цели и задач в медиапроектировании. Приведите примеры.

13. Опишите суть подстройки содержания проекта к целевой аудитории. Дайте характеристику конструктивистскому подходу к медиамаркетингу (И. В. Кирия).

14. Опишите метод координат в определении содержания проекта и управлении им. Дайте характеристику способам фиксации содержания медиапроекта.

15. Опишите процесс взаимодействия с заказчиком: модель Кано и другие инструменты. Приведите примеры.

16. Дайте характеристику управлению сроками проекта, разработке расписания, фазам процесса, контрольным событиям. Приведите примеры.

17. Опишите долгосрочное, оперативное и программно-целевое планирование в медиаотрасли. Охарактеризуйте жизненный цикл медиапроекта как совокупность проектных фаз. Приведите примеры.

18. Дайте характеристику экспертной оценке, методу сценариев, методам компенсации рисков и ограничений проекта.

19. Опишите процесс создания организационной модели проекта. Охарактеризуйте типовые организационные схемы проекта, взаимосвязи операций. Приведите примеры.

20. Опишите процесс проектирования взаимодействия подразделений. Охарактеризуйте систему Ньюсрум. Раскройте инструменты удаленного взаимодействия.

21. Опишите процесс проектирования штатного расписания и распределения обязанностей. Охарактеризуйте 4-стадийная модель создания проектной команды.

22. Дайте характеристику принципам встраивания медиапроекта в структуру компании. Опишите устав проекта и другие документы, закрепляющие концепции. Приведите примеры.

23. Дайте характеристику моделям распространения бесплатного и платного медиапродукта. Опишите модели продвижения медиапродукта.

24. Опишите процесс достижения целевой аудитории через распространение и продвижение. Раскройте особенности менеджмента на этапе стартапа. Охарактеризуйте технологию «Безаудиторных» пилотных версий.

25. Охарактеризуйте фокус-группы как метод изучения реакции целевой аудитории. Опишите пилотные версии, направленные на ограниченную и полную аудиторию.

26. Дайте характеристику типам индикаторов, их выбору для оценки. Опишите количественные и качественные индикаторы.

27. Опишите технологию Perfectness Rate. Раскройте особенности анализа эффективности социальных медиапроектов.

28. Дайте характеристику поисковым системам, факторам ранжирования. Опишите апдейты поисковых систем.

29. Дайте характеристику домену, поддомену и хостингу. Опишите способы технической оптимизации сайта.

30. Раскройте роль дизайна сайта и выбора CMS в продвижении медиапроекта. Опишите роль юзабилити сайта в продвижении медиапроекта.
31. Дайте характеристику фильтрам поисковых систем. Раскройте понятие SEO-копирайтинга.
32. Дайте характеристику внутренней оптимизации медиапроекта: тексты и html-код, оформление текста на странице, перелинковка и структура сайта.
33. Опишите роль текстов внутренних ссылок и частоты обновления информации в продвижении медиапроекта.
34. Опишите внешние факторы продвижения медиапроектов: ссылочную популярность, типы внешних ссылок, траст сайта.
35. Опишите рискованные способы набора ссылочной массы: прогон по каталогам, доски объявлений, каталоги статей и пресс-релизов, социальные закладки, прогон по профилям трастовых сайтов.
36. Дайте характеристику моделям ранжирования на основе коммерческих и естественных ссылок. Приведите примеры.
37. Опишите условно-белые способы набора ссылочной массы: идеальная рекламная кампания, анализ ссылочного профиля конкурентов, рассылка пресс-релизов, новостное продвижение в Pr.Sape, посты и постовые в блогах, статейное продвижение, seo-агрегаторы, крауд-ссылки.
38. Дайте характеристику принципам покупки ссылок. Опишите естественные, спамные и покупные, вечные и арендные ссылки.
39. Дайте характеристику анкорному профилю и безанкорному продвижению. Раскройте базовые принципы отбора доноров.
40. Дайте характеристику поведенческим факторам продвижения медиапроектов: CTR и возвраты в поиск, поведение пользователя на сайте, повторные посетители, многоканальный трафик, навигационные и брендовые запросы, индексация сайта.
41. Выполните обзор социальных сетей. Опишите кнопки социальных сетей на сайте, их роль в продвижении медиапроекта.
42. Опишите способы продвижения медиапроекта с помощью социальных сетей: SMM-продвижение и таргетированная реклама.

12.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет позволяет оценить сформированность компетенций, теоретическую подготовку студента, его способность к творческому мышлению, готовность к практической деятельности, приобретенные навыки самостоятельной работы, умение синтезировать полученные знания и применять их при решении практических задач.

При балльно-рейтинговом контроле знаний итоговая оценка выставляется с учетом набранной суммы баллов. Собеседование (устный ответ) на зачете

Для оценки сформированности компетенции посредством собеседования (устного ответа) студенту предварительно предлагается перечень вопросов или комплексных заданий, предполагающих умение ориентироваться в проблеме, знание теоретического материала, умения применять его в практической профессиональной деятельности, владение навыками и приемами выполнения практических заданий.

При оценке достижений студентов необходимо обращать особое внимание на:

- усвоение программного материала;
- умение излагать программный материал научным языком;
- умение связывать теорию с практикой;
- умение отвечать на видеоизмененное задание;
- владение навыками поиска, систематизации необходимых источников литературы

по изучаемой проблеме;

- умение обосновывать принятые решения;
- владение навыками и приемами выполнения практических заданий;
- умение подкреплять ответ иллюстративным материалом.

Тестирование. При определении уровня достижений студентов с помощью тестового контроля ответ считается правильным, если:

- в тестовом задании закрытой формы с выбором ответа выбран правильный ответ;
- по вопросам, предусматривающим множественный выбор правильных ответов, выбраны все правильные ответы;
- в тестовом задании открытой формы дан правильный ответ;
- в тестовом задании на установление правильной последовательности установлена правильная последовательность;
- в тестовом задании на установление соответствия сопоставление произведено верно для всех пар.

При оценивании учитывается вес вопроса (максимальное количество баллов за правильный ответ устанавливается преподавателем в зависимости от сложности вопроса). Количество баллов за тест устанавливается посредством определения процентного соотношения набранного количества баллов к максимальному количеству баллов.

Критерии оценки

До 60% правильных ответов – оценка «неудовлетворительно».

От 60 до 75% правильных ответов – оценка «удовлетворительно».

От 75 до 90% правильных ответов – оценка «хорошо».

Свыше 90% правильных ответов – оценка «отлично».

9. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Бузин, В. Н. Медиапланирование: теория и практика / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. – Москва : Юнити, 2015. – 492 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785> (дата обращения: 16.10.2021). – ISBN 978-5-238-01769-3. – Текст : электронный.

2. Глотова, М. Самостоятельная работа по информатике: основы разработки Web-сайтов / М. Глотова ; Оренбургский государственный университет. – 2 изд. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2011. – 143 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259128> (дата обращения: 17.10.2021). – Текст : электронный.

Дополнительная литература

1. Информационные технологии в менеджменте: профессиональный блок / сост. А. В. Мухачева, О. И. Лузгарева, И. В. Донова ; Кемеровский государственный университет. – Кемерово : Кемеровский государственный университет, 2019. – 218 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573541> (дата обращения: 16.10.2021). – ISBN 978-5-8353-2343-2. – Текст : электронный.

2. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474> (дата обращения: 17.10.2021). – ISBN 978-5-9729-0139-5. – Текст : электронный.

3. Романов, А. А. Медиапланирование: учебно-практическое пособие / А. А. Романов, Г. А. Васильев, Р. В. Каптюхин. – Москва : Евразийский открытый институт, 2010. – 240 с. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93170> (дата обращения: 17.10.2021). – ISBN 978-5-374-00391-8. – Текст : электронный.

10. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <http://edu-top.ru/katalog> – Каталог образовательных ресурсов сети Интернет

2. <http://biblioclub.ru/> – ЭБС Университетская библиотека онлайн

11. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины (модуля)

При освоении материала дисциплины необходимо:

- спланировать и распределить время, необходимое для изучения дисциплины;
- конкретизировать для себя план изучения материала;
- ознакомиться с объемом и характером внеаудиторной самостоятельной работы

для полноценного освоения каждой из тем дисциплины.

Сценарий изучения курса:

- проработайте каждую тему по предлагаемому ниже алгоритму действий;
- изучив весь материал, ответьте на контрольные вопросы, которые

продемонстрируют готовность к сдаче экзамена.

Алгоритм работы над каждой темой:

- изучите содержание темы сначала по теоретическому материалу, а затем по другим источникам;
- прочитайте дополнительную литературу из списка, предложенного преподавателем;
- выпишите в тетрадь основные категории и персоналии по теме, используя теоретический материал или словари, что поможет быстро повторить материал при подготовке к экзамену;
- составьте краткий план ответа по каждому вопросу, выносимому на обсуждение на лабораторном занятии;
- выучите определения терминов, относящихся к теме;
- продумайте примеры и иллюстрации к ответу по изучаемой теме;
- подберите цитаты ученых, общественных деятелей, публицистов, уместные с точки зрения обсуждаемой проблемы;
- продумывайте высказывания по темам, предложенным к лабораторному занятию. Рекомендации по работе с литературой:
 - ознакомьтесь с аннотациями к рекомендованной литературе и определите основной метод изложения материала того или иного источника;
 - составьте собственные аннотации к другим источникам на карточках, что поможет при подготовке рефератов, текстов речей, при подготовке к зачету;
 - выберите те источники, которые наиболее подходят для изучения конкретной темы.

12. Перечень информационных технологий

Реализация учебной программы обеспечивается доступом каждого студента к информационным ресурсам – электронной библиотеке и сетевым ресурсам Интернет. Для использования ИКТ в учебном процессе используется программное обеспечение, позволяющее осуществлять поиск, хранение, систематизацию, анализ и презентацию информации, экспорт информации на цифровые носители, организацию взаимодействия в реальной и виртуальной образовательной среде.

Индивидуальные результаты освоения дисциплины студентами фиксируются в электронной информационно-образовательной среде университета.

12.1 Перечень программного обеспечения

1. Microsoft Windows 7 Pro
2. Microsoft Office Professional Plus 2010
3. 1С: Университет ПРОФ

12.2 Перечень информационных справочных систем (обновление выполняется еженедельно)

1. Информационно-правовая система "ГАРАНТ" (<http://www.garant.ru>)
2. Справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru>)

12.3 Перечень современных профессиональных баз данных

1. Профессиональная база данных «Открытые данные Министерства образования и науки РФ» (<http://xn----8sblcdzzacvuc0jbg.xn--80abucjiibhv9a.xn--p1ai/opendata>)
2. Профессиональная база данных «Портал открытых данных Министерства культуры Российской Федерации» (<http://opendata.mkrf.ru>)
3. Единое окно доступа к образовательным ресурсам (<http://window.edu.ru>)

13. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Для проведения аудиторных занятий необходим стандартный набор специализированной учебной мебели и учебного оборудования, а также мультимедийное оборудование для демонстрации презентаций на лекциях. Для проведения практических занятий, а также организации самостоятельной работы студентов необходим компьютерный класс с рабочими местами, обеспечивающими выход в Интернет.

Индивидуальные результаты освоения дисциплины фиксируются в электронной информационно-образовательной среде университета.

Реализация учебной программы обеспечивается доступом каждого студента к информационным ресурсам – электронной библиотеке и сетевым ресурсам Интернет. Для использования ИКТ в учебном процессе необходимо наличие программного обеспечения, позволяющего осуществлять поиск информации в сети Интернет, систематизацию, анализ и презентацию информации, экспорт информации на цифровые носители.

Учебная аудитория для проведения учебных занятий.

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Лаборатория вычислительной техники.

Помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения.

Основное оборудование:

Автоматизированное рабочее место в составе (системный блок, монитор, клавиатура, мышь), доска магнитно-маркерная Эконом, мультимедийный проектор.

Лабораторное оборудование: автоматизированное рабочее место обучающегося (компьютеры – 14 шт.).

Учебно-наглядные пособия:

Презентации.

Помещение для самостоятельной работы

Читальный зал электронных ресурсов.

Основное оборудование:

Компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета: автоматизированные рабочие места (компьютер – 12 шт.).

Мультимедийный проектор, многофункциональное устройство, принтер.

Учебно-наглядные пособия:

Презентации, электронные диски с учебными и учебно-методическими пособиями.