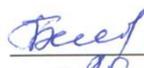


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Евгеньевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 26.04.2024 11:33:29
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90328ec8e65c5d8058549a2538d7400d1

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Председатель КСН
 М.Л. Белоножко
«28» 08 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплина: Web-дизайн
направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность: Диджитал маркетинг
форма обучения: очная/заочная

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 8.06.2020 г. и требованиями ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность Диджитал маркетинг к результатам освоения дисциплины «Web-дизайн».

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 1 от «28» августа 2020 г.

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоношко

Рабочую программу разработал:
Устинова О.В., к.с.н., доцент МиМУ



1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели дисциплины: получение обучающимися теоретических знаний, а также приобретение необходимых практических навыков в веб-дизайна информационных систем электронной коммерции.

Задачи:

1. Сформировать представление о языках, протоколах, методах и средствах веб-дизайна.
2. Обеспечить необходимую методологическую, методическую и практическую подготовку магистранта для написания магистерской диссертации.
3. Закрепить навыки, связанные с научно-исследовательской и практической работой в области веб-дизайна.
4. Отработать навыки научно-практической дискуссии и презентации результатов собственного исследования.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Web-дизайн» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана и базируется на компетенциях, сформированных на предыдущем уровне образования и в ходе изучения дисциплин: Интернет-маркетинг, Медиапланирование, Социальные сети как средство коммуникации, ВТL-технологии.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

- основных понятий дисциплины, её методы, место и роль в решении научно практических задач с использованием современных программных методов и средств;
- архитектуры предприятий электронной коммерции с точки зрения web-дизайна;
- основных понятий и методов web-дизайна;
- различных технологий, используемых при разработке web-дизайна субъектов электронной коммерции;
- современного состояния, тенденций и наиболее важных проблем развития web-дизайна.

Умение:

- выбирать программное обеспечение для решения задач в различных предметных областях;
- оценивать эффективность применения выбранного (разработанного) ПО;
- использовать средства и методы современного web-дизайна для предприятий электронной коммерции;
- выбирать и комбинировать различные инструментальные средства при создании программного обеспечения;
- адаптировать инструментальные средства к решаемым задачам различной сложности.

Владение:

- навыками логико-методологического анализа научного исследования и его результатов, организации научной деятельности;
- инструментарием для решения задач в области web-дизайна предприятий электронной коммерции;
- навыками решения практических задач с использованием средств разработки программных систем.

Содержание дисциплины «Web-дизайн» служит основой для освоения дисциплин: Интернет-продвижение, Коммуникации в информационном пространстве.

3. Результаты обучения по дисциплине

Таблица 3.1

Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине
<p>ПКС-2. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПКС-2. 3.2.1. Знает маркетинговые технологии</p> <p>ПКС-2. 3.2.3. Знать процесс работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами</p>	<p>ПКС-2. 3.2.1. Знает маркетинговые технологии, используемые при разработке web-дизайна субъектов электронной коммерции;</p> <p>ПКС-2. 3.2.3. средства и методы современного web-дизайна для предприятий электронной коммерции; различные инструментальные средства при создании программного обеспечения; инструментальные средства к решаемым задачам различной сложности</p>
	<p>ПКС-2. У.2.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты</p> <p>ПКС-2. У.2.3. Умеет использовать программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет</p>	<p>ПКС-2. У.2.1. Умеет выбирать программное обеспечение для решения задач в различных предметных областях;</p> <p>ПКС-2. У.2.3. использовать средства и методы современного web-дизайна для предприятий электронной коммерции; выбирать и комбинировать различные инструментальные средства при создании программного обеспечения; использовать программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет</p>

	<p>ПКС-2. В.2.1. Владеет поиском статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ</p> <p>ПКС-2. В.2.2. Владеет принципами определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ</p> <p>ПКС-2. В.2.3. Владеет навыками мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках</p> <p>ПКС-2. В.2.4. Владеет механизмами общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации</p>	<p>ПКС-2. В.2.1. Владеет инструментарием для решения задач в области web-дизайна предприятий электронной коммерции;</p> <p>ПКС-2. В.2.2. принципами определения целевой аудитории потребителей продукции;</p> <p>ПКС-2. В.2.3. навыками мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источников;</p> <p>ПКС-2. В.2.4. навыками логико-методологического анализа научного исследования и его результатов, организации научной деятельности</p>
<p>ПКС-5. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций</p>	<p>ПКС-5. 3.5.1. Знает процесс организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж</p> <p>ПКС-5. 3.5.2. Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента</p> <p>ПКС-5. 3.5.3. Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов</p> <p>ПКС-5. 3.5.4. Знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков</p>	<p>ПКС-5. 3.5.1. процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения с использованием социальных сетей;</p> <p>ПКС-5. 3.5.2. маркетинговые технологии и технологии связей с общественностью через социальные сети;</p> <p>ПКС-5. 3.5.3. технологии позиционирования продуктов и компаний в социальных сетях;</p> <p>3.5.4. ПКС-5. принципы работы в социальных сетях по продвижению информации</p>

	<p>ПКС-5. У.5.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты</p> <p>ПКС-5. У.5.2. Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга</p> <p>ПКС-5. У.5.3. Умеет интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций</p> <p>ПКС-5. У.5.4. Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение</p> <p>ПКС-5. У.5.5. Умеет эффективно работать с системой управления контентом (CMS)</p>	<p>ПКС-5. У.5.1. Умеет использовать современные информационно-коммуникационные социальные сети для продвижения товаров и услуг</p> <p>ПКС-5. У.5.2. Умеет формулировать, разрабатывать и формализовывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга;</p> <p>ПКС-5. У.5.3. встраивать в комплекс маркетинговых коммуникаций социальные сети как средство продвижения;</p> <p>ПКС-5. У.5.4. осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции через социальные сети;</p> <p>ПКС-5. У.5.5. эффективно работать с системой управления контентом (CMS)</p>
--	---	--

	<p>ПКС-5. В.5.1. Владеет навыками разработки концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий</p> <p>ПКС-5. В.5.2. Владеет навыками выбора маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации</p> <p>ПКС-5. В.5.3. Владеет навыками разработки плана мероприятий по продвижению продукции СМИ</p> <p>ПКС-5. В.5.4. Владеет навыками согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом</p> <p>ПКС-5. В.5.5. Владеет навыками формирования проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ</p> <p>ПКС-5. В.5.6. Владеет навыками представления проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации</p> <p>ПКС-5. В.5.7. Владеет оценкой возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру</p> <p>ПКС-5. В.5.8. Владеет перемещением информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов</p> <p>ПКС-5. В.5.9. Владеет проверкой правильности отображения внесенных изменений</p>	<p>ПКС-5. В.5.1. Владеет навыками разработки концепции продвижения продукции и услуги через социальные сети;</p> <p>ПКС-5. В.5.2. навыками работы в социальных сетях для донесения до потребителя необходимой информации;</p> <p>ПКС-5. В.5.3. навыками разработки плана мероприятий по продвижению продукции через социальные сети;</p> <p>ПКС-5. В.5.4. навыками согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом;</p> <p>ПКС-5. В.5.5. навыками формирования проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции и услуги через социальные сети;</p> <p>ПКС-5. В.5.6. навыками представления проектов управленческих решений по продвижению продукции через социальные сети руководству организации;</p> <p>ПКС-5. В.5.7. оценкой возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру;</p> <p>ПКС-5. В.5.8. перемещением информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов;</p> <p>ПКС-5. В.5.9. проверкой правильности отображения внесенных изменений</p>
--	---	---

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7
очная	3/6	52	34	-	58+36	Экзамен
заочная	4/8	12	10	-	149+9	Экзамен

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	1	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Современные методы реализации web-дизайна электронных торговых площадок	10	7	-	12	29	ПКС-2.3.2.1. ПКС-2.3.2.3.	Практические занятия с использованием ПК
2	2	Web-дизайн на основе языка HTML5	10	7	-	12	29	ПКС-2.У.2.1. ПКС-2.У.2.3.	Практические занятия с использованием ПК
3	3	Web-дизайн на основе языка CSS3	10	6	-	12	28	ПКС-2.В.2.1. ПКС-2.В.2.2.	Практические занятия с использованием ПК
4	4	Web-Дизайн на основе языка программирования JavaScript	10	7	-	12	29	ПКС-2.В.2.3. ПКС-2.В.2.4.	Практические занятия с использованием ПК
5	5	Web-дизайн с использованием фреймворков JavaScript	12	7	-	10	29	ПКС-5.3.5.1. ПКС-5.3.5.2. ПКС-5.3.5.3. ПКС-5.3.5.4. ПКС-5.3.5.5.	Практические занятия с использованием ПК
	Экзамен		-	-	-	36	36		Экзаменационные вопросы

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные сред- ства
	Номер раздела	Наименование раз- дела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	1	3	4	5	6	7	8	9	10
								У.5.1. ПКС- 5. У.5.2. ПКС- 5. У.5.3. ПКС- 5. У.5.4. ПКС- 5. У.5.5. ПКС- 5. В.5.1. ПКС- 5. В.5.2. ПКС- 5. В.5.3. ПКС- 5. В.5.4. ПКС- 5. В.5.5. ПКС- 5. В.5.6. ПКС- 5. В.5.7. ПКС- 5. В.5.8. ПКС- 5. В.5.9.	
Итого:			52	34	-	94	180		

5.1. Структура дисциплины.
заочная форма обучения (ЗФО)

Таблица 5.1.2

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные сред- ства
	Номер раздела	Наименование раз- дела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	1	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Современные ме-	2	2	-	30	34	ПКС-	Практические

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	1	3	4	5	6	7	8	9	10
		тоды реализации web-дизайна электронных торговых площадок						2. 3.2.1. ПКС-2.	занятия с использованием ПК
2	2	Web-дизайн на основе языка HTML5	2	2	-	29	33	3.2.3. ПКС-2. У.2.1. ПКС-2.	Практические занятия с использованием ПК
3	3	Web-дизайн на основе языка CSS3	2	2	-	30	34	У.2.3. ПКС-2.	Практические занятия с использованием ПК
4	4	Web-Дизайн на основе языка программирования JavaScript	3	2	-	30	35	В.2.1. ПКС-2. В.2.2. ПКС-2.	Практические занятия с использованием ПК
5	5	Web-дизайн с использованием фреймворков JavaScript	3	2	-	30	35	В.2.3. ПКС-2. В.2.4. ПКС-5. 3.5.1. ПКС-5. 3.5.2. ПКС-5. 3.5.3. ПКС-5. 3.5.4. ПКС-5. У.5.1. ПКС-5. У.5.2. ПКС-5. У.5.3. ПКС-5. У.5.4. ПКС-5. У.5.5. ПКС-5.	Практические занятия с использованием ПК

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные сред- ства
	Номер раздела	Наименование раз- дела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	1	3	4	5	6	7	8	9	10
								В.5.1. ПКС- 5. В.5.2. ПКС- 5. В.5.3. ПКС- 5. В.5.4. ПКС- 5. В.5.5. ПКС- 5. В.5.6. ПКС- 5. В.5.7. ПКС- 5. В.5.8. ПКС- 5. В.5.9.	
	Экзамен		-	-	-	9	9		Экзаменационные вопросы
Итого:			12	10	-	158	180		

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. Современные методы реализации web-дизайна электронных торговых площадок.

Принципы работы и реализации дизайна и функционала электронных торговых площадок. Дизайн интернет-магазинов на основе шаблонов. Конструкторы интернет-магазинов, их преимущества и недостатки. Роль web-дизайна в эффективности электронной торговли.

Раздел 2. Web-дизайн на основе языка HTML5.

История развития языков web-разметки. Правила записи тегов HTML5. Новые теги HTML5. Понятие контейнера. Верификация HTML-документа. Отличия XHTML от HTML5. Разделение дизайна и контента.

Раздел 3. Web-дизайн на основе языка CSS3.

Понятие стилей CSS3. Общие принципы использования каскадных таблиц стилей в документах HTML. Правила записи селекторов в коде CSS. Правила построения классов в коде CSS. Правила использования идентификаторов в коде CSS. Ряд практических ас-

пектов применения каскадных таблиц стилей. Слои и позиционирование в HTML и их использование в web-дизайне. Понятие вёрстки. Виды вёрстки web-документов.

Раздел 4. Web-дизайн на основе языка программирования JavaScript.

Разработка сценариев на языке JavaScript. Применение JavaScript для создания динамических страниц. Организация системы быстрой навигации по сайту с использованием функций JavaScript. Классы и объекты JavaScript: Массивы в JavaScript (класс Array); Объект window; Объект document; Встроенный класс Date. Работа со строками (класс String). Типовые применения JavaScript – навигация, работа с изображениями, cookies.

Раздел 5. Web-дизайн с использованием фреймворков JavaScript.

Использование библиотек скриптов. Фреймворк jQuery, его возможности. Операторы jQuery. Реализация функционала электронной торговой площадки с использованием jQuery.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	10	2	-	Принципы работы и реализации дизайна и функционала электронных торговых площадок. Дизайн интернет-магазинов на основе шаблонов. Конструкторы интернет-магазинов, их преимущества и недостатки. Роль web-дизайна в эффективности электронной торговли
2	2	3	1	-	HTML. Версии языка HTML. Правила записи тегов. Понятие контейнера. Верификация HTML-документа. Отличия XHTML от HTML5.
3		3	1	-	Теги HTML5. Структурные теги. Web-дизайн с использованием тегов HTML5
4		4	-	-	Формы HTML5. Новые теги форм HTML5. Валидация форм на стороне клиента.
5	3	3	1	-	Понятие стиля. Разделение дизайна и контента. Общие принципы использования каскадных таблиц стилей в документах HTML. Правила записи селекторов в коде CSS. Правила построения классов в коде CSS.
6		3	1	-	Вес селектора и правила его вычисления. Наследование CSS-стилей. Ряд практических аспектов применения каскадных таблиц стилей. Слои в HTML и их использование в web-дизайне. Абсолютное и относительное позиционирование.
7		4	-	-	Виды вёрстки web-документов. Фиксированная вёрстка. Гибкая вёрстка. Адаптивная вёрстка.
8	4	5	1	-	Разработка сценариев на языке JavaScript. Классы и объекты JavaScript: Массивы в JavaScript (класс Array); Объект window; Объект document; Встроенный класс Date. Работа со строками (класс String).
		5	2	-	Применение JavaScript для создания динамических страниц. Применение JavaScript для валидации форм.

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
9	5	12	3	-	Использование библиотек скриптов. История развития. Фреймворк jQuery. Структура оператора jQuery. Подключение библиотек Программирование в jQuery Типовые скрипты, их классификация. Плагины JavaScript.
Итого:		52	12	X	

Практические занятия

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	7	2	-	Принципы работы и реализации дизайна и функционала электронных торговых площадок. Дизайн интернет-магазинов на основе шаблонов. Конструкторы интернет-магазинов, их преимущества и недостатки. Роль web-дизайна в эффективности электронной торговли
2	2	2	1	-	HTML. Версии языка HTML. Правила записи тегов. Понятие контейнера. Верификация HTML-документа. Отличия XHTML от HTML5.
3		2	1	-	Теги HTML5. Структурные теги. Web-дизайн с использованием тегов HTML5
4		3	-	-	Формы HTML5. Новые теги форм HTML5. Валидация форм на стороне клиента.
5	3	2	1	-	Понятие стиля. Разделение дизайна и контента. Общие принципы использования каскадных таблиц стилей в документах HTML. Правила записи селекторов в коде CSS. Правила построения классов в коде CSS.
6		2	1	-	Вес селектора и правила его вычисления. Наследование CSS-стилей. Ряд практических аспектов применения каскадных таблиц стилей. Слои в HTML и их использование в web-дизайне. Абсолютное и относительное позиционирование.
7		2	-	-	Виды вёрстки web-документов. Фиксированная вёрстка. Гибкая вёрстка. Адаптивная вёрстка.
8	4	3	1	-	Разработка сценариев на языке JavaScript. Классы и объекты JavaScript: Массивы в JavaScript (класс Array); Объект window; Объект document; Встроенный класс Date. Работа со строками (класс String).
		4	1	-	Применение JavaScript для создания динамических страниц. Применение JavaScript для валидации форм.
9	5	7	2	-	Использование библиотек скриптов. История развития. Фреймворк jQuery. Структура оператора jQuery. Подключение библиотек Программирование в jQuery

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема практического занятия
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
					Типовые скрипты, их классификация. Плагины JavaScript.
Итого:		34	10	X	

Лабораторные работы

Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены

Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	2	3	4	5	6	7
1	1	12	30	- -	Принципы работы и реализации дизайна и функционала электронных торговых площадок. Дизайн интернет-магазинов на основе шаблонов. Конструкторы интернет-магазинов, их преимущества и недостатки. Роль web-дизайна в эффективности электронной торговли	Подготовка к практическому занятию (повторение материалов лекции, подборка информации)
2	2	4	10	-	HTML. Версии языка HTML. Правила записи тегов. Понятие контейнера. Верификация HTML-документа. Отличия XHTML от HTML5.	Подготовка к практическому занятию (повторение материалов лекции, подборка информации)
3		4	10	-	Теги HTML5. Структурные теги. Web-дизайн с использованием тегов HTML5	Подготовка к практическому занятию (повторение материалов лекции, подборка информации)
4		4	9	-	Формы HTML5. Новые теги форм HTML5. Валидация форм на стороне клиента.	Подготовка к практическому занятию (повторение материалов лекции, подборка информации)
5	3	4	10	-	Понятие стиля. Разделение дизайна и контента. Общие принципы использования	Подготовка к практическому занятию

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОЗФО		
1	2	3	4	5	6	7
					каскадных таблиц стилей в документах HTML. Правила записи селекторов в коде CSS. Правила построения классов в коде CSS.	(повторение материалов лекции, подборка информации)
6		4	10	-	Вес селектора и правила его вычисления. Наследование CSS-стилей. Ряд практических аспектов применения каскадных таблиц стилей. Слои в HTML и их использование в web-дизайне. Абсолютное и относительное позиционирование.	Подготовка к практическому занятию (повторение материалов лекции, подборка информации)
7		4	10	-	Виды вёрстки web-документов. Фиксированная вёрстка. Гибкая вёрстка. Адаптивная вёрстка.	Подготовка к практическому занятию (повторение материалов лекции, подборка информации)
8	4	6	15	-	Разработка сценариев на языке JavaScript. Классы и объекты JavaScript: Массивы в JavaScript (класс Array); Объект window; Объект document; Встроенный класс Date. Работа со строками (класс String).	Подготовка к практическому занятию (повторение материалов лекции, подборка информации)
		6	15	-	Применение JavaScript для создания динамических страниц. Применение JavaScript для валидации форм.	Подготовка к практическому занятию (повторение материалов лекции, подборка информации)
9	5	10	30	-	Использование библиотек скриптов. История развития. Фреймворк jQuery. Структура оператора jQuery. Подключение библиотек Программирование в jQuery Типовые скрипты, их классификация. Плагины JavaScript.	Подготовка к практическому занятию (повторение материалов лекции, подборка информации)
		36	9		Экзамен	Подготовка к экзамену
Итого:		94	158	X		

5.2.3. Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- визуализация учебного материала в PowerPoint в диалоговом режиме (лекционные занятия);
- работа в малых группах (практические занятия);
- разбор практических ситуаций (практические занятия).

2. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

3. Контрольные работы

7.1 Методические указания для выполнения контрольных работ

7.2. Тематика контрольных работ

1. Разработка web-дизайна интернет-магазина мобильных телефонов.
2. Разработка web-дизайна интернет-магазина электроники.
3. Разработка web-дизайна интернет-магазина косметики.
4. Разработка web-дизайна интернет-магазина автомобилей.
5. Разработка web-дизайна интернет-магазина строительных материалов.
6. Разработка web-дизайна интернет-магазина промышленных машин.

8. Оценка результатов освоения дисциплины

8.1. Критерии оценивания степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения приведены в Приложении 1.

8.2. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся очной формы обучения представлена в таблице 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Лабораторная работа. Теги заголовков HTML-документа	10
1.2	Лабораторная работа. Использование таблиц CSS-стилей для оформления документа. Валидация html-документа	10
1.3	Лабораторная работа. Использование таблиц CSS-стилей для оформления документа. Валидация html-документа	10
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	30
2 текущая аттестация		
2.1	Лабораторная работа. Создание HTML5-формы	10
2.2	Лабораторная работа. Применение языка JavaScript	15
2.3	Лабораторная работа. Применение языка JavaScript	15
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	40
3 текущая аттестация		
3.1	Лабораторная работа. Фреймворк jQuery	15
3.2	Лабораторная работа. Фреймворк jQuery	15
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	30
	ВСЕГО	100

8.3. Рейтинговая система оценивания степени полноты и качества освоения компетенций обучающихся заочной формы обучения представлена в таблице 8.2.

Таблица 8.2

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	Выполнение лабораторной работы	20
2	Выполнение лабораторной работы	20
3	Выполнение лабораторной работы	20
4	Выполнение лабораторной работы	20
5	Выполнение итогового теста	20
	ВСЕГО	100

9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- ЭБС «Издательства Лань»;
- ЭБС «Электронного издательства ЮРАЙТ»;
- Собственная полнотекстовая база (ПБД) БИК ТИУ;
- Научная электронная библиотека «eLIBRARY.RU»;
- ЭБС «IPRbooks»;
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО РГУ нефти и газа имени И.М.

Губкина;

- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО УГНТУ (г. Уфа);
- Научно-техническая библиотека ФГБОУ ВО УГТУ (г. Ухта);
- ЭБС «Перспект»;
- ЭБС «Консультант студент»;

9.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства:

1. Microsoft Office Professional Plus;
2. Windows 8

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения для проведения всех видов работы, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимым оборудованием и техническими средствами обучения.

Таблица 10.1

№ п/п	Перечень оборудования, необходимого для освоения дисциплины	Перечень технических средств обучения, необходимых для освоения дисциплины (демонстрационное оборудование)
1	Персональные компьютеры	Проектор, экран

11. Методические указания по организации СРС

11.1. Методические указания по выполнению контрольных работ для обучающихся всех направлений бакалавриата, заочной формы обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редак-

тор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 24с.

11.2. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Метод. рек. к организации самостоятельной работы обучающихся всех направлений подготовки бакалавриата, всех форм обучения / сост. С.С. Ситёва; отв. редактор М.Л. Белоножко Тюменский индустриальный университет. – Тюмень: Издательский центр БИК ТИУ, 2019– 32 с.

Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: Web-дизайн

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа: Диджитал маркетинг

Код компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6
ПКС-2. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знать: маркетинговые технологии; основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации; структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений; процесс работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами (3.2.1)(3.2.2)(3.2.3) (3.2.4)	Не знает маркетинговые технологии, используемые при разработке web-дизайна субъектов электронной коммерции; средства и методы современного web-дизайна для предприятий электронной коммерции; различные инструментальные средства при создании программного обеспечения; инструментальные средства к решаемым задачам различной сложности	Демонстрирует отдельные знания маркетинговых технологий, используемых при разработке web-дизайна субъектов электронной коммерции; средств и методов современного web-дизайна для предприятий электронной коммерции; различных инструментальных средств при создании программного обеспечения; инструментальных средств к решаемым задачам различной сложности	Демонстрирует достаточные знания маркетинговых технологий, используемых при разработке web-дизайна субъектов электронной коммерции; средств и методов современного web-дизайна для предприятий электронной коммерции; различных инструментальных средств при создании программного обеспечения; инструментальных средств к решаемым задачам различной сложности	Демонстрирует исчерпывающие знания маркетинговых технологий, используемых при разработке web-дизайна субъектов электронной коммерции; средств и методов современного web-дизайна для предприятий электронной коммерции; различных инструментальных средств при создании программного обеспечения; инструментальных средств к решаемым задачам различной сложности
	Уметь: использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты;	Не умеет выбирать программное обеспечение для решения задач в различных предметных областях; использовать средства и методы современного web-	Умеет выбирать программное обеспечение для решения задач в различных предметных областях; использовать средства и методы со-	Умеет выбирать программное обеспечение для решения задач в различных предметных областях; использовать средства и методы со-	В совершенстве умеет выбирать программное обеспечение для решения задач в различных предметных областях; использовать средства и методы современного

	<p>находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; работать с большими объемами информации; использовать программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет (У.2.1)(У.2.2)(У.2.3) (У.2.4)</p>	<p>дизайна для предприятий электронной коммерции; выбирать и комбинировать различные инструментальные средства при создании программного обеспечения; использовать программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет</p>	<p>дизайна для предприятий электронной коммерции; выбирать и комбинировать различные инструментальные средства при создании программного обеспечения; использовать программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет, допуская значительные ошибки</p>	<p>дизайна для предприятий электронной коммерции; выбирать и комбинировать различные инструментальные средства при создании программного обеспечения; использовать программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет, допуская незначительные неточности</p>	<p>web-дизайна для предприятий электронной коммерции; выбирать и комбинировать различные инструментальные средства при создании программного обеспечения; использовать программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в Интернет</p>
	<p>Владеть: поиском статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ; навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ; принципами определения целевой аудитории потребителей продукции СМИ; навыками мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках; механиз-</p>	<p>Не владеет инструментарием для решения задач в области web-дизайна предприятий электронной коммерции; навыками решения практических задач с использованием средств разработки программных систем; принципами определения целевой аудитории потребителей продукции; навыками мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках; навыками логико-</p>	<p>Владеет инструментарием для решения задач в области web-дизайна предприятий электронной коммерции; навыками решения практических задач с использованием средств разработки программных систем; принципами определения целевой аудитории потребителей продукции; навыками мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках; навыками логико-</p>	<p>Хорошо владеет инструментарием для решения задач в области web-дизайна предприятий электронной коммерции; навыками решения практических задач с использованием средств разработки программных систем; принципами определения целевой аудитории потребителей продукции; навыками мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках; навыками логико-</p>	<p>В совершенстве владеет инструментарием для решения задач в области web-дизайна предприятий электронной коммерции; навыками решения практических задач с использованием средств разработки программных систем; принципами определения целевой аудитории потребителей продукции; навыками мониторинга появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках;</p>

	мами общей оценки значимости и приоритетности получаемой информации (B.2.1) (B.2.2)(B.2.3) (B.2.4) (B.2.5)	методологического анализа научного исследования и его результатов, организации научной деятельности	методологического анализа научного исследования и его результатов, организации научной деятельности, допуская ряд ошибок	методологического анализа научного исследования и его результатов, организации научной деятельности, допуская незначительные ошибки	навыками логико-методологического анализа научного исследования и его результатов, организации научной деятельности
ПКС-5. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	Знать: законодательство РФ; в сфере информации и рекламы; процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения с использованием социальных сетей; маркетинговые технологии и технологии связей с общественностью через социальные сети; технологии позиционирования продуктов и компаний в социальных сетях; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность; принципы работы в социальных сетях по продвижению информации (3.5.1)(3.5.2)(3.5.3) (3.5.4)(3.5.5) (3.5.6)	Не знает законодательство РФ в сфере информации и рекламы; процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения с использованием социальных сетей; маркетинговые технологии и технологии связей с общественностью через социальные сети; технологии позиционирования продуктов и компаний в социальных сетях; корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность; принципы работы по продвижению информации	Демонстрирует отдельные знания законодательства РФ в сфере информации и рекламы; процесса, процедуры, этапов организации системы сбыта и товародвижения с использованием социальных сетей; маркетинговых технологий и технологий связей с общественностью через социальные сети; технологий позиционирования продуктов и компаний в социальных сетях; корпоративных стандартов, регламентов и иных локальных нормативных актов, регламентирующих профессиональную деятельность; принципов работы в социальных сетях по продвижению информации.	Демонстрирует достаточные знания законодательства РФ в сфере информации и рекламы; процесса, процедуры, этапов организации системы сбыта и товародвижения с использованием социальных сетей; маркетинговых технологий и технологий связей с общественностью через социальные сети; технологий позиционирования продуктов и компаний в социальных сетях; корпоративных стандартов, регламентов и иных локальных нормативных актов, регламентирующих профессиональную деятельность; принципов работы в социальных сетях по продвижению информации.	Демонстрирует исчерпывающие знания законодательства РФ в сфере информации и рекламы; процесса, процедуры, этапов организации системы сбыта и товародвижения с использованием социальных сетей; маркетинговых технологий и технологий связей с общественностью через социальные сети; технологий позиционирования продуктов и компаний в социальных сетях; корпоративных стандартов, регламентов и иных локальных нормативных актов, регламентирующих профессиональную деятельность; принципов работы в социальных сетях по продвижению информации.
	Уметь: использовать	Не умеет использовать	Умеет использовать	Умеет использовать	В совершенстве умеет

	<p>социальные сети; навыками согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом; навыками формирования проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции и услуги через социальные сети; навыками представления проектов управленческих решений по продвижению продукции через социальные сети руководству организации; оценкой возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру; перемещением информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов; проверкой правильности отображения внесенных изменений <i>B.5.1) (B.5.2)(B.5.3) (B.5.4) (B.5.5) (B.5.6) (B.5.7) (B.5.8) (B.5.9)</i></p>	<p>социальные сети; навыками согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом; навыками формирования проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции и услуги через социальные сети; навыками представления проектов управленческих решений по продвижению продукции через социальные сети руководству организации; оценкой возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру; перемещением информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов; проверкой правильности отображения внесенных изменений</p>	<p>социальные сети; навыками согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом; навыками формирования проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции и услуги через социальные сети; навыками представления проектов управленческих решений по продвижению продукции через социальные сети руководству организации; оценкой возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру; перемещением информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов; проверкой правильности отображения внесенных изменений, допуская ряд ошибок</p>	<p>рез социальные сети; навыками согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом; навыками формирования проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции и услуги через социальные сети; навыками представления проектов управленческих решений по продвижению продукции через социальные сети руководству организации; оценкой возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру; перемещением информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов; проверкой правильности отображения внесенных изменений, допуская незначительные ошибки</p>	<p>ции через социальные сети; навыками согласования маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом; навыками формирования проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции и услуги через социальные сети; навыками представления проектов управленческих решений по продвижению продукции через социальные сети руководству организации; оценкой возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру; перемещением информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов; проверкой правильности отображения внесенных изменений</p>
--	---	--	---	--	--

КАРТА

обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: Web-дизайн

Код, направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программа: Диджитал маркетинг

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	2	3	4	5	6
1	Жильцова, Ольга Николаевна. Рекламная деятельность : учебник и практикум для вузов / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. - Москва : Издательство Юрайт, 2020. - 233 с. - (Высшее образование). - URL: https://urait.ru/bcode/451045 . - Режим доступа: для автор. пользователей. - ЭБС	ЭР	25	100	+
2	Головлева, Е. Л. Теория и практика современной коммуникации : учебник для вузов / Е. Л. Головлева, Д. А. Горский. - Москва : Московский гуманитарный университет, 2017. - 192 с. - URL: http://www.iprbookshop.ru/74742.html . - Режим доступа: для автор. пользователей. - ЭБС "IPR BOOKS".	ЭР	25	100	+
3	Федотова, Лариса Николаевна. Реклама: теория и практика : учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 391 с. - (Бакалавр. Академический курс). - URL: http://www.biblio-online.ru/book/164B20C5-2343-47F1-884F-6557E25149FD . - Режим доступа: для автор. пользователей. - ЭБС "Юрайт".	ЭР	25	100	+

Заведующий кафедрой МиМУ  М.Л. Белоножко

Директор БИК _____

 Д.Х. Каюкова