

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о документе
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 20.05.2024 11:34:57
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. Белоношко
«30» августа 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины: **Инструменты веб-коммуникаций**

Направление подготовки: **27.03.03 Системный анализ и управление**

Направленность (профиль): **Управление экономикой предприятий
топливно-энергетического комплекса**

форма обучения: **заочная**

Рабочая программа разработана в соответствии с утвержденным учебным планом от 30.08.2021 г. и требованиями ОПОП 27.03.03 Системный анализ и управление, направленность «Управление экономикой предприятий топливно-энергетического комплекса» к результатам освоения дисциплины к результатам освоения дисциплины «Инструменты веб-коммуникаций»

Рабочая программа рассмотрена
на заседании кафедры маркетинга и муниципального управления

Протокол № 1 от 30.08.2021 г.

Заведующий кафедрой  М.Л. Белоножко

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий выпускающей кафедрой МТЭЖ  В.В. Пленкина
« 30 » 08 2021 г.

Рабочую программу разработал:

И.В. Легостаева, старший преподаватель кафедры МиМУ. 

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины: получение обучающимися теоретических знаний, а также приобретение необходимых практических навыков разработки стратегий продвижения в поиске и расчёта тактических медиапланов, а также их реализации в виде размещения и проведения рекламных кампаний в интерфейсах рекламных систем YandexDirect и GoogleAds; использования программатик-методов закупки рекламы для разработки и последующей реализации стратегий и тактик рекламных кампаний в интернет-маркетинге.

Задачи дисциплины:

1. Уточнение основных принципов разработки медиапланов и стратегий продвижения в сети Интернет.
2. Обобщение знаний о современных информационно-коммуникационных технологиях, в том числе интернет-технологиях.
3. Развитие практических навыков работы по виде размещению и проведению рекламных кампаний в интерфейсах рекламных систем YandexDirect и GoogleAds; использованию программатик-методов закупки рекламы для разработки и последующей реализации стратегий и тактик рекламных кампаний в интернет-маркетинге.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Инструменты веб-коммуникаций» относится к дисциплинам обязательной части учебного плана.

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание:

- коммуникационных маркетинговых технологий.

Умение:

- использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты.

Владение:

- навыками анализа на основании имеющихся данных ситуации на рынке веб-коммуникаций.

Содержание дисциплины «Инструменты веб-коммуникаций» является логическим продолжением содержания дисциплины: «Коммуникативные практики в современных бизнес-сообществах» и служит основой для дисциплины «Цифровые коммуникации».

3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результат обучения по дисциплине
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1. Осуществляет поиск, критический анализ и синтез информации, необходимой для решения поставленных задач	3.1. Знать: основы поиска, критического анализа и синтеза информации, необходимой для решения поставленных задач в области веб-коммуникации. У.1. Уметь: осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, необходимой для решения поставленных задач в области веб-коммуникации.
	УК-2. Применяет системный подход для решения	У.2. Уметь: применять системный подход для решения поставленных задач

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результатобучения по дисциплине
	поставленных задач	в области веб-коммуникации. В.1. Владеть навыками применения системного подхода для решения поставленных задач в области веб-коммуникации
	УК-.3. Способен соотносить разнородные явления и систематизировать информацию в рамках избранных видов деятельности	В 2.. Владеть :навыками соотнесения разнородных явлений и систематизации информации в рамках избранных видов деятельности.

4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Таблица 4.1.

Форма обучения	Курс/семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия		
заочная	3/6	6	-	10	92	зачет

5. Структура и содержание дисциплины

5.1. Структура дисциплины.

заочная форма обучения (ЗФО)

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	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	1	Реклама в социальных сетях как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы.	1	-	2	20	23	УК-1.1. УК-1.2. УК-1.3.	Собеседование
2	2	Контекстная реклама как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы, подбор инструментов, выбор механик,	1	-	2	22	25	УК-1.1. УК-1.2. УК-1.3.	Собеседование

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		работа с интерфейсами систем закупки контекстной рекламы							
3	3	Анализ результатов и оптимизация рекламных кампаний.	1	-	2	24	27	УК-1.1. УК-1.2. УК-1.3..	Собеседование
4	4	Программатик-реклама: терминология, экосистема, принципы работы, программатик со стороны рекламодателя, российский рынок программатика и его составляющие.	2	-	4	22	27	УК-1.1. УК-1.2. УК-1.3.	Собеседование Доклады
5	5	Зачет	-	-	-	4	4		
Итого:			6	-	10	92	108		

Очная форма обучения (ОФО).

Не реализуется.

Очно-заочная форма обучения (ОЗФО)

Не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

Раздел 1. Реклама в социальных сетях как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы.

Таргетированная реклама vs SMM. Социальные сети в России и в мире. Терминология. Основные таргетинги. Принципы формирования таргетингов в социальных сетях. Различия в рекламных возможностях и инструментарию в социальных сетях. Работа с внешними данными. Тренды.

Раздел 2. Контекстная реклама как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы, подбор инструментов, выбор механик, работа с интерфейсами систем закупки контекстной рекламы.

Базовая терминология и принципы работы контекстной рекламы. Обзор систем контекстной рекламы в России – Яндекс.Директ и GoogleAds. Метод закупки и аукцион. Доступные механики и таргетинги. Правила размещения материалов. Законодательные

ограничения. Обзор интерфейсов Яндекс.Директ и GoogleAds. Обработка брифа, подготовка медиаплана. Подбор ключевых слов и написание текстов. Загрузка рекламных кампаний в интерфейсы. Базовые настройки кампаний.

Раздел 3. Анализ результатов и оптимизация рекламных кампаний.

Обзор систем аналитики – GoogleAnalytics и Яндекс.Метрика. Статистика рекламных кампаний, доступные метрики, методология расчетов. Разбор реальных кейсов по оптимизации рекламных кампаний. Автоматизированные системы управления контекстной рекламой. Дополнительные форматы рекламных объявлений – графические и адаптивные объявления, смартбаннеры, товарные объявления. Работа в интерфейсах систем аналитики – доступные срезы данных и статистика. Расширенные настройки и таргетинги. Ремаркетинг, аудиторные сегменты и связь с CRM. Создание графических контекстных объявлений.

Раздел 4. Программатик-реклама: терминология, экосистема, принципы работы, программатик со стороны рекламодателя, российский рынок программатика и его составляющие

Терминология диджитала вообще и программатика в частности. Принципы работы технологии. Как строится и выглядит экосистема программатика: типы экосистем. Как выглядит рынок программатика в мире и России на текущий момент. Темпы роста рынка, прогнозы. Российский рынок программатика: исследования, реальная картина. Принципы выбора подрядчика для работы. Виды взаимодействий с программатик-подрядчиками: self-service, managed-service, mixed. Плюсы и минусы каждого вида взаимодействия. Проблемы прозрачности: инвентарь, данные, стоимость, статистика, настройки. Проблемы BrandSafety. Общие гайдлайны и политики безопасности закупки.

5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/ п	Номер раздел а дисци плины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	3	5	6
1	1	-	1	-	Реклама в социальных сетях как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы.
2	2	-	1	-	Контекстная реклама как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы, подбор инструментов, выбор механик, работа с интерфейсами систем закупки контекстной рекламы.
3	3	-	1	-	Анализ результатов и оптимизация рекламных кампаний.
4	4	-	2	-	Программатик-реклама: терминология, экосистема, принципы работы, программатик со стороны рекламодателя, российский рынок программатика и его составляющие
Итого:		-	6	-	

Практические занятия

Практические занятия учебным планом не предусмотрены

Лабораторные работы

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лабораторной работы
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	2	3	4	5	6
1	1	-	2	-	Реклама в социальных сетях как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы.
2	2	-	2	-	Контекстная реклама как метод закупки: подбор инструментов, выбор механик, работа с интерфейсами систем закупки контекстной рекламы.
3	3	-	2	-	Анализ результатов и оптимизация рекламных кампаний.
4	4	-	4	-	Программатик-реклама: терминология, экосистема, принципы работы, программатик со стороны рекламодателя, российский рынок программатика и его составляющие
Итого:		-	10	-	-

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	-	20	-	Реклама в социальных сетях как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы.	Собеседование
2	2	-	22	-	Контекстная реклама как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы, подбор инструментов, выбор механик, работа с интерфейсами систем закупки контекстной рекламы.	Собеседование
3	3	-	24	-	Анализ результатов и оптимизация рекламных кампаний.	Собеседование
4	4	-	22	-	Программатик-реклама: терминология, экосистема, принципы работы, программатик со стороны рекламодателя, российский рынок программатика и его составляющие	Собеседование Доклады
Итого:		-	88		Х	Х

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).

6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

7. Контрольные работы

Контрольные работы учебным планом не предусмотрены.

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 заочной формы обучения представлена в таблицах 8.1.

Таблица 8.1

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1	Собеседование по разделу 1 (1 часть)	15
2	Собеседование по разделу 1 (2 часть)	15
3	Собеседование по разделу 2	15
4	Собеседование по разделу 3	15
5	Устный доклад по выбранной теме	15
6	Собеседование по разделу 4	25
	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

1. ТИУ «Полнотекстовая БД» на платформе ЭБС ООО «Издательство ЛАНЬ»
2. Ресурсы научно-технической библиотеки ФГБОУ ВО РГУ Нефти и газа (НИУ) им. И.М. Губкина.
3. Ресурсы научно-технической библиотеки ФГБОУ ВО УГНТУ.
4. Ресурсы научно-технической библиотеки ФГБОУ ВО «Ухтинский государственный технический университет».
5. Предоставление доступа к ЭБС от ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ».
6. Предоставление доступа к ЭБС от ООО «ЭБС ЛАНЬ».
7. Электронно-библиотечная система IPRbooksc ООО «Ай Пи Эр Медиа».
8. Предоставление доступа к ЭБС от ООО «Политехресурс».
9. Предоставление доступа к ЭБС от ООО «ПРОСПЕКТ».
10. Предоставление доступа к ЭБС от ООО «РУНЭБ».

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

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office Professional Plus
3. Zoom (свободно-распространяемое ПО)
4. Skype (свободно-распространяемое ПО)

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	Microsoft Windows, Microsoft Office Professional Plus, Zoom	Учебная мебель: столы, стулья. Компьютер в комплекте, проектор. Учебно-наглядные пособия: раздаточный материал

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. редактор 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 Инструменты веб-коммуникации

Код, направление подготовки: 27.03.03 Системный анализ и управление

Направленность (профиль): Управление экономикой предприятий топливно-энергетического комплекса

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
УК-1. Способность осуществлять поиск, критический анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1. Знает основы поиска, критического анализа и синтеза информации, необходимой для решения поставленных задач.	3.1. Знать: основы поиска, критического анализа и синтеза информации, необходимой для решения поставленных задач в области веб-коммуникации.	Не знает основы поиска, критического анализа и синтеза информации, необходимой для решения поставленных задач в области веб-коммуникации	Демонстрирует отдельные знания основ поиска, критического анализа и синтеза информации, необходимой для решения поставленных задач в области веб-коммуникации	Демонстрирует достаточные знания основ поиска, критического анализа и синтеза информации, необходимой для решения поставленных задач в области веб-коммуникации	Демонстрирует исчерпывающие знания основы поиска, критического анализа и синтеза информации, необходимой для решения поставленных задач в области веб-коммуникации

Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
1	2	3	4	5	6	7
		У.1. Уметь: осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, необходимой для решения поставленных задач в области веб-коммуникации.	Не умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, необходимой для решения поставленных задач в области веб-коммуникации.	Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, необходимой для решения поставленных задач в области веб-коммуникации, допуская ряд ошибок.	Умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, необходимой для решения поставленных задач в области веб-коммуникации, допуская незначительные ошибки.	В совершенстве умеет осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, необходимой для решения поставленных задач в области веб-коммуникации.
	УК-2. Применяет системный подход для решения поставленных задач	У.1. Уметь: применять системный подход для решения поставленных задач в области веб-коммуникации.	Не умеет применять системный подход для решения поставленных задач в области веб-коммуникации.	Частично умеет применять системный подход для решения поставленных задач в области веб-коммуникации.	Умеет применять системный подход для решения поставленных задач в области веб-коммуникации.	В совершенстве умеет применять системный подход для решения поставленных задач в области веб-коммуникации.

		В.1. Владеть навыками применения системного подхода для решения поставленных задач в области веб- коммуникации	Не владеет навыками применения системного подхода для решения поставленных задач в области веб- коммуникации	Частично владеет навыками применения системного подхода для решения поставленных задач в области веб- коммуникации	Хорошо владеет навыками применения системного подхода для решения поставленных задач в области веб- коммуникации	В совершенстве владеет навыками применения системного подхода для решения поставленных задач в области веб- коммуникации
	УК-3 Способен соотносить разнородные явления и систематизировать информацию в рамках избранных видов деятельности	В.2. Владеть: навыками соотнесения разнородных явлений и систематизации информации в рамках избранных видов деятельности.	Не владеет навыками соотнесения разнородных явлений и систематизации информации в рамках избранных видов деятельности.	Частично владеет навыками соотнесения разнородных явлений и систематизации информации в рамках избранных видов деятельности.	Хорошо владеет навыками соотнесения разнородных явлений и систематизации информации в рамках избранных видов деятельности.	В совершенстве владеет навыками соотнесения разнородных явлений и систематизации информации в рамках избранных видов деятельности.

КАРТА
обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой

Дисциплина: Инструменты веб-коммуникаций

Код, направление подготовки: 27.03.03 Системный анализ и управление

Направленность (профиль): Управление экономикой предприятий топливно-энергетического комплекса

№ 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 "Юрайт".	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 "IPRBOOKS".	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	+
4	Бердышев, С.Н. Информационный маркетинг : Практическое пособие / С. Н. Бердышев. - Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 216 с.	ЭР	25	100	ЭБС «IPR BOOKS»

Заведующий кафедрой МиМУ *Бел* М.Л. Белоножко
«30» августа 2021 г.

Директор БИК _____

Д. Х. Каюкова

Сотимова БИК М.Л. И. Селтшурее



«30» августа 2021г.