

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

И.о. декана экономического факультета

д-р. экон. наук, профессор

Кусакина О.Н.

« 24 » мая 2022 г.

Рабочая программа дисциплины

**ФТД.01 ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТОВ И
МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ**

Шифр и наименование дисциплины по учебному плану

38.03.02 Менеджмент

Код и наименование направления подготовки

Маркетинг

Наименование профиля подготовки

Бакалавр

Квалификация выпускника

Очная, очно-заочная

Форма обучения

2022

год набора на ОП

Ставрополь, 2022

1. Цель дисциплины

Целью изучения дисциплины ФТД.01 «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» является формирование у студентов комплекса компетенций по настройке SEO и ASO оптимизации.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Коды и наименования индикаторов достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК – 4. Способен организовать продвижение товаров (услуг)	ПК-4.1 - Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции.	Знания: Основные инструменты по продвижению сайтов и мобильных приложений; Особенности SEO и ASO оптимизации
		Умения: применять инструменты при продвижении сайтов и мобильных приложений; организовать аудит SEO и ASO оптимизации
		Навыки: проводит аудит и применяет инструменты при оптимизации сайтов и мобильных приложений; настраивает SEO и ASO оптимизацию

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина ФТД.01 «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» входит в базовую часть является факультативной дисциплиной программы бакалавриата.

Изучение дисциплины осуществляется:

- для студентов очной формы обучения – в 6 семестре;
- для студентов заочной формы обучения – не реализуется;
- для студентов очно-заочной формы обучения – в 6 семестре.

Для освоения дисциплины ФТД.01 «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин «Самоменеджмент», «Проектная деятельность», «Менеджмент», «Прогнозирование в управлении», «Основы маркетинга», «Маркетинговые исследования», «Маркетинг в АПК», «Конкуренция и конкурентоспособность», «Аудит маркетинговых проектов», «Маркетинговая политика», «Ценообразование в маркетинге», «Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах», «Интернет-маркетинг», «Экономика маркетинга», «Конкурентный анализ».

Освоение дисциплины ФТД.01 «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин:

- Стратегический маркетинг;
- Международный маркетинг;
- Инновационный маркетинг;
- Маркетинг в социальных сетях;
- Маркетинговые коммуникации;
- Управление конкурентоспособностью организации.

Очно-заочная форма обучения

Семестр	Трудо- емкость час/з.е.	Контактная работа с препода- вателем, час			Самостоя- тельная работа, час	Кон- троль, час	Форма про- межуточной аттестации (форма кон- троля)
		лекции	практи- ческие занятия	лабора- торные занятия			
6	72/2	18	18	-	36	-	зачет
В т.ч. часов: <i>в интерактивной форме</i>		4	6	-	-	-	-
<i>практической под- готовки (при нали- чии)</i>		18	18	-	36	-	-

Семестр	Трудо- емкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Диффе- ренциро- ванный зачет	Консуль- тации пе- ред экза- меном	Экзамен
6	72/2	-	-	0,12	-	-	-

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием ответственного на них количества академических часов и видов учебных занятий

Очная форма обучения

№ пп	Темы (и/или разделы) дисциплины	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций**	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
				Практические	Лабораторные				
1.	Современные направления и инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений	10	2	2	-	6	Собеседование, тестирование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-4.1
2.	Основы поисковой оптимизации (SEO/ASO)	12	4	2	-	6	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, практическое задание	ПК-4.1
Контрольная точка № 1 по темам 1-2		4	-	2	-	2	Контрольная работа	Вопросы для собеседования, практическое задание	ПК-4.1
3.	Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации, и продвижения сайта в Интернете (SEO)	12	4	2	-	6	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, практическое задание	ПК-4.1
4.	Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации, и продвижения мобильных приложений в Интернете (ASO)	12	4	2	-	6	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, практическое задание	ПК-4.1

№ пп	Темы (и/или разделы) дисциплины	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций**	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
				Практические	Лабораторные				
	Контрольная точка № 2 по темам3-4	4	-	2	-	2	Контрольная работа	Вопросы для собеседования, задачи	ПК-4.1
5.	Анализ результатов SEO и ASO оптимизации	14	4	4	-	6	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, практическое задание	ПК-4.1
	Контрольная точка № 3 по темам5	4	-	2	-	2	Контрольная работа	Вопросы для собеседования, практическое задание	ПК-4.1
	Итого	72	18	18	-	36	-	-	-

Очно-заочная форма обучения

№ пп	Темы (и/или разделы) дисциплины	Количество часов					Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций**	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Семинарские занятия		Самостоятельная работа			
				Практические	Лабораторные				
1.	Современные направления и инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений	11	2	1	-	8	Собеседование, тестирование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, тестовые задания, задачи	ПК-4.1
2.	Основы поисковой оптимизации (SEO/ASO)	11	2	1	-	8	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, практическое задание	ПК-4.1
Контрольная точка № 1 по темам 1-2		4	-	2	-	2	Контрольная работа	Вопросы для собеседования, практическое задание	ПК-4.1
3.	Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации, и продвижения сайта в Интернете (SEO)	12	2	2	-	8	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, практическое задание	ПК-4.1
4.	Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации, и продвижения мобильных приложений в Интернете (ASO)	12	2	2	-	8	Собеседование, решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования, практическое задание	ПК-4.1

№ пп	Темы (и/или разделы) дисциплины	Количество часов					Формы текущего кон- троля успеваемости и промежуточной аттеста- ции	Оценочное средство про- верки результатов дости- жения индикаторов ком- петенций**	Код индикаторов достиже- ния компетенций
		Всего	Лекции	Семинар- ские заня- тия		Самостоятельная работа			
				Практические	Лабораторные				
Контрольная точка № 2 по темам3-4		4	-	1	-	3	Контрольная работа	Вопросы для бесе- дования, задачи	ПК-4.1
5.	Анализ результатов SEO и ASO оптимизации	14	4	2	-	8	Собеседование, реше ние прак- тико-ориенти- рованных задач	Вопросы для бесе- дования, практич еское задание	ПК-4.1
Контрольная точка № 3 по темам5		4	-	1	-	3	Контрольная работа	Вопросы для бесе- дования, практическ ое задания	ПК-4.1
Итого		72	12	12	-	48	-	-	-

5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятий) / (практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка		
		очная форма	заочная форма	очно-заочная форма
Тема 1. Современные направления и инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений (практическая подготовка)	Понятие SEO или поисковой оптимизации. Поисковые системы и основные факторы, влияющие на поисковую выдачу. Достоинства и недостатки поисковой оптимизации как маркетингового хода. Методы управления индексацией сайта поисковой системой. Типы и виды инструментария для оптимизации сайта. Использование инструментов для анализа оптимизации сайта. Основные ошибки поисковой оптимизации. Технические ошибки оптимизации сайтов. Переоптимизация сайта.	2/-/2	-	2/-/2
Тема 2. Основы поисковой оптимизации (SEO/ASO) (практическая подготовка)	Типы поисковых запросов. Семантическое ядро: Ключевые слова. Использование инструментария Yandex Wordstat и Google Trends для создания и подбора уникальных ключевых слов или словосочетаний для сайта. Создание семантического ядра сайта. Инструментам автоматизации процессов SEO. Основная задача SEO-специалиста, Основные этапы работы SEO-специалиста, Этапы работы SEO-специалиста, направленные на поддержку и улучшение сайта	2/-/2	-	2/-/2
Тема 3. Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации, и продвижения сайта в Интернете (SEO) (лекция дискуссия/ (практическая подготовка)	Понятия и общие положения внутренней и внешней оптимизации сайта. Влияние внутренних и внешних ссылок на позиции сайта, а также помощь поисковой системы верно оценить контент. Поиск качественных ссылок, установка взаимосвязи с другими ресурсами и другие действенные способы расширения базы внешних ссылок. Обзор инструментов (OpenSiteExplorer, Moz Link Analysis и Backlink History, и т.д.) для анализа внешних ссылок.	4/2/4	-	2/2/2
Тема 4. Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации, и продвижения мобильных приложений в Интернете (ASO). (лекция дискуссия)/ (практическая подготовка)	Установка мобильного приложения. Активация пользователя мобильного приложения. Каналы мобильных приложений. Стратегии активации пользователей. Стратегии удержания пользователей. Способы продвижения мобильных приложений: контекстная реклама, медиа. Аналитика мобильных	4/2/4	-	2/2/2

<i>подготовка)</i>	приложений.			
Тема 5. Анализ результатов SEO и ASO оптимизации <i>(практическая подготовка)</i>	Особенности анализа результатов SEO оптимизации. Особенности анализа результатов ASO оптимизации.	4/-/4	-	2/-/2
Итого		18/4/18	-	12/4/12

5.2. Семинарские (практические, лабораторные) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме

Формы проведения и темы занятий (вид интерактивной формы проведения занятий) / (практическая подготовка)	Всего часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка					
	очная форма		заочная форма		очно-заочная форма	
	прак	лаб	прак	лаб	прак	лаб
Тема 1. Современные направления и инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений (практическая подготовка)	2/-/2	-	-	-	1/-/1	-
Тема 2. Основы поисковой оптимизации (SEO/ASO) (практическая подготовка)	2/-/2	-	-	-	1/-/1	-
Контрольная точка № 1 по темам1-2	2/-/2				2/-/2	
Тема 3. Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации, и продвижения сайта в Интернете (SEO) (решение практико-ориентированных задач)/ (практическая подготовка)	2/2/2	-	-	-	2/2/2	-
Тема 4. Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации, и продвижения мобильных приложений в Интернете (ASO) (решение практико-ориентированных задач) (практическая подготовка)	2/2/2	-	-	-	2/2/2	-
Контрольная точка № 2 по темам3-4	2/-/2	-	-	-	1/-/1	-
Тема 5. Анализ результатов SEO и ASO оптимизации (решение практико-ориентированных задач)/ (практическая подготовка)	4/2/4	-	-	-	2/-/2	-
Контрольная точка № 3 по темам5	2/-/2	-	-	-	1/-/1	-
Всего	18/6/18	-	-	-	12/4/12	-

*Интерактивные формы проведения занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины, проводятся в соответствии с Положением об интерактивных формах обучения в ФГБОУ ВО Ставропольский ГАУ.

5.3. Курсовой проект (работа) – образовательной программой не предусмотрен

5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Виды самостоятельной работы	Очная форма, часов		Заочная форма, часов		Очно-заочная форма, часов	
	к текущему контролю	к промежуточной аттестации	к текущему контролю	к промежуточной аттестации	к текущему контролю	к промежуточной аттестации
Подготовка к собеседованиям	8	-	-	-	10	-
Подготовка к тестированию	2	-	-	-	2	-
Самостоятельное решение практико-ориентированных задач	20	-	-	-	28	-
Подготовка к контрольным точкам в виде контрольных работ	6	-	-	-	8	-
ИТОГО	36	-	-	-	48	-

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине ФТД.01 «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины ФТД.01 «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений».
2. Методические рекомендации по освоению дисциплины ФТД.01 «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений».
3. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине ФТД.01 «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений».

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		основная (из п.8 РПД)	дополнительная (из п.8 РПД)	интернет-ресурсы (из п.9 РПД)
1.	Тема 1. Современные направления и инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений	1,2,3,4	1,2,3,4,5,6	1-23
2.	Тема 2. Основы поисковой оптимизации (SEO/ASO)	1,2,3,4	1,2,3,4,5,6	1-23
3.	Тема 3. Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации, и продвижения сайта в Интернете (SEO)	1,2,3,4	1,2,3,4,5,6	1-23
4.	Тема 4. Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации, и продвижения мобильных приложений в Интернете (ASO)	1,2,3,4	1,2,3,4,5,6	1-23
5.	Тема 5. Анализ результатов SEO и ASO оптимизации	1,2,3,4	1,2,3,4,5,6	1-23

7.2. Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине ФТД.01 «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине ФТД.01 «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» проводится в виде зачета.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ЗАЧТЕНО», «НЕ ЗАЧТЕНО». Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения

Для студентов **очной формы обучения** знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам, начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций***	Максимальное количество баллов
Контрольная точка № 1 по темам 1-2	Теоретический вопрос	5
	Задача	15
Контрольная точка № 2 по темам 3-4	Теоретический вопрос	5
	Задача	15
Контрольная точка № 3 по темам 5	Теоретический вопрос	5
	Задача	15
Сумма баллов по итогам текущего контроля		60
Активность на лекционных занятиях		10
Результативность работы на практических занятиях		15
Поощрительные баллы (написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях и т.д.)		15
Итого		100

Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций

Знания по осваиваемым компетенциям формируются **на лекционных занятиях** при условии активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

Критерии оценки

10 баллов – студент посетил все лекции, активно работал на них в полном соответствии с требованиями преподавателя

-1 балл – за каждый пропуск лекций или замечание преподавателя по поводу отсутствия активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

Результативность работы на практических занятиях оценивается преподавателем по результатам собеседований, текущего тестирования, активности участия в занятиях, проводимых в интерактивной форме, и качеству выполнения практико-ориентированных заданий в рабочей тетради по дисциплине. Максимальное количество баллов, которое можно набрать за результативность работы на практических занятиях – **15 баллов**:

1 балл – за каждый устный ответ на практическом занятии в ходе собеседования, оцененный на «хорошо» и «отлично»; **0,5 балла** – за каждый устный ответ на практическом занятии, оцененный на «удовлетворительно» (**мах – 2 балла**);

1 балл – за оцененное на «отлично» или «хорошо» (75-100% правильных ответов) выполнение текущего тестового задания по каждой из тем; **0,5 балла** - за оцененное на «удовлетворительно» (50-75% правильных ответов); **0 баллов** - за оцененное на «неудовлетворительно» (менее 50% правильных ответов) (**мах – 4 балла**);

1 балл – за активное участие в практических занятиях, проводимых в интерактивной форме (**мах – 8 баллов**).

0,1 балла – за оцененное на «отлично» выполнение заданий рабочей тетради (решение практико-ориентированных задач) по каждой из тем (**мах – 1 балл**).

Поощрительные баллы начисляются за написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях – **мах 15 баллов**. (Темы для написания статей обговариваются с преподавателем).

Критерии оценивания контрольной точки (в шестом семестре сдаются три контрольные точки)

Теоретический вопрос

5 баллов - выставляется, когда студентом дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений; ответ изложен литературным языком с использованием современной экономической терминологии.

3 балла - выставляется, когда студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, в основном раскрыт обсуждаемый вопрос; в ответе прослеживается логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий и явлений; ответ изложен литературным языком с использованием экономической терминологии, но могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

2 балла - выставляется, когда студентом дан не полный ответ на поставленный вопрос, слабо раскрыты основные положения вопросов; в ответе нарушается структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий; в процессе ответа используется экономическая терминология, но студентом допускаются недочеты в определении понятий и не исправляются самостоятельно в процессе ответа.

1 балл - дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. От-

сутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Задача

15 баллов Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задача решена рациональным способом. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

10 баллов Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.

5 баллов Задача решена с задержкой. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ

3 балла Задача решена с задержкой. Задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задача решена не полностью или в общем виде.

2 балла Задача решена частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

1 балл Задача решена неправильно и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов

0 баллов Задача не решена.

Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очно-заочной формы обучения

Для студентов очно-заочной формы обучения знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам, начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций***	Максимальное количество баллов
Контрольная точка № 1 по темам 1-2	Теоретический вопрос	5
	Задача	15
Контрольная точка № 2 по темам 3-4	Теоретический вопрос	5
	Задача	15
Контрольная точка № 3 по темам 5	Теоретический вопрос	5
	Задача	15
Сумма баллов по итогам текущего контроля		60
Активность на лекционных занятиях		10
Результативность работы на практических занятиях		15
Поощрительные баллы (написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях и т.д.)		15
Итого		100

Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций

Знания по осваиваемым компетенциям формируются **на лекционных занятиях** при условии активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

Критерии оценки

10 баллов – студент посетил все лекции, активно работал на них в полном соответствии с требованиями преподавателя

-1 балл – за каждый пропуск лекций или замечание преподавателя по поводу отсутствия активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

Результативность работы на практических занятиях оценивается преподавателем по результатам собеседований, текущего тестирования, активности участия в занятиях, проводимых в интерактивной форме, и качеству выполнения практико-ориентированных заданий в рабочей тетради по дисциплине. Максимальное количество баллов, которое можно набрать за результативность работы на практических занятиях – **15 баллов**:

1 балл – за каждый устный ответ на практическом занятии в ходе собеседования, оцененный на «хорошо» и «отлично»; **0,5 балла** – за каждый устный ответ на практическом занятии, оцененный на «удовлетворительно» (**максимум – 2 балла**);

1 балл – за оцененное на «отлично» или «хорошо» (75-100% правильных ответов) выполнение текущего тестового задания по каждой из тем; **0,5 балла** – за оцененное на «удовлетворительно» (50- 75% правильных ответов); **0 баллов** – за оцененное на «неудовлетворительно» (менее 50% правильных ответов) (**максимум – 4 балла**);

1 балл – за активное участие в практических занятиях, проводимых в интерактивной форме (**максимум – 8 баллов**).

0,1 балла – за оцененное на «отлично» выполнение заданий рабочей тетради (решение практико-ориентированных задач) по каждой из тем (**максимум – 1 балл**).

Поощрительные баллы начисляются за написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях – **максимум 15 баллов**. (Темы для написания статей обговариваются с преподавателем).

Критерии оценивания контрольной точки (в шестом семестре сдаются три контрольные точки)

Теоретический вопрос

5 баллов - выставляется, когда студентом дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений; ответ изложен литературным языком с использованием современной экономической терминологии.

3 балла - выставляется, когда студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, в основном раскрыт обсуждаемый вопрос; в ответе прослеживается логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий и явлений; ответ изложен литературным языком с использованием экономической терминологии, но могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

2 балла - выставляется, когда студентом дан не полный ответ на поставленный вопрос, слабо раскрыты основные положения вопросов; в ответе нарушается структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий; в процессе ответа используется экономическая терминология, но студентом допускаются недочеты в определении понятий и не исправляются самостоятельно в процессе ответа.

1 балл - дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

Задача

15 баллов Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задача решена рациональным способом. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

10 баллов Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.

5 баллов Задача решена с задержкой. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ

3 балла Задача решена с задержкой. Задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задача решена не полностью или в общем виде.

2 балла Задача решена частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

1 балл Задача решена неправильно и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов

0 баллов Задача не решена.

Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций

При проведении итоговой аттестации «зачет» преподавателю с согласия студента разрешается выставлять «зачет» по результатам набранных баллов в ходе текущего контроля успеваемости в семестре по выше приведенной шкале.

В случае отказа – студент сдает зачет по приведенным выше вопросам и заданиям. Итоговая успеваемость зачет не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

Критерии и шкалы оценивания ответа на экзамене

По дисциплине ФТД.01 «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» к зачету допускаются студенты, выполнившие и сдавшие практические работы по дисциплине, имеющие ежемесячную аттестацию и наличие по текущей успеваемости более 45 баллов. Студентам, набравшим более 55 баллов, зачет выставляется по результатам текущей успеваемости, студенты, набравшие от 45 до 54 баллов, сдают зачет по вопросам, предусмотренным РПД.

Сдача зачета может добавить к балльно-рейтинговой оценке студентов не более 10 баллов. Итоговая успеваемость на зачете не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

Вопрос билета	Количество баллов
Вопрос 1	до 5
Вопрос 2	до 5

Теоретический вопрос

5 баллов выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

4 балла заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы задания и

показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

3 балла дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

2 балла дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

1 балл дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

0 баллов - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины ФТД.01 «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений».

Типовые контрольные работы

Контрольная точка № 1 (по темам 1-2)

Тема 1. Современные направления и инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений

Теоретический вопрос (оценка знаний)

1. Понятие SEO или поисковой оптимизации
2. Использование методов SEO-оптимизации как инновационной технологии торгового бизнеса
4. Выбор методов SEO-оптимизации сайта интернет-магазина, обоснование выбора
5. Проведение оптимизации и поискового аудита
6. Технические ошибки оптимизации сайтов
7. Переоптимизация сайта

Практико-ориентированные задачи (оценка умений, навыков)

Кейс «SEO-специалист»

Вас наняли SEO-специалистом после реструктуризации бизнеса крупной компании. По результатам реструктуризации, многие разделы сайта перестали быть актуальными (компания продала или закрыла некоторые направления бизнеса). Каковы возможные действия для страниц, контент на которых перестал быть актуальным?

Тема 2. Основы поисковой оптимизации (SEO/ASO)

Теоретический вопрос (оценка знаний)

1. Особенности продвижения сайта в Яндексе
2. Семантическое ядро сайта
3. Инструменты для расширения семантического ядра
4. Поисковое продвижение. Основные методы, понятия и критерии эффективности

Практико-ориентированные задачи (оценка умений, навыков)

Кейс «Семантическое ядро»

С помощью инструментария Yandex Wordstat и Google Trends создайте поисковые запросы к проекту. Рекомендуемое количество запросов – от 10 до 30. В коллекции товаров могут содержаться некорректные или нерелевантные наименования. Ваша задача – собрать СЯ только для продвигаемой страницы. На выходе у вас должен получиться файл Excel, в первом столбце будут ключевые фразы, во втором и третьем – их общая и точная частотность. Используйте точную частотность, чтобы определить, насколько полезен выбранный запрос для сайта (она не должна равняться нулю). Запросы с точной частотностью, равной нулю, называют «нулёвками». Оставьте их в семантическом ядре для этого задания и отметьте любым цветом. В несмоделированной задаче такие запросы не всегда берутся в продвижение, так как не приносят трафика (решение зависит от тематики). В продвижении сайта старайтесь использовать запросы с точной частотностью больше 0.

Контрольная точка № 2 по темам 3 – 4

Тема 3. Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации, и продвижения сайта в Интернете (SEO).

Теоретический вопрос (оценка знаний)

1. Внутренняя оптимизация сайта. Общие положения и методы
2. Внешняя оптимизация. Общие положения и методы
3. Бесплатная внешняя оптимизация сайта

4. Продвижение сайта по поисковым запросам

Практико-ориентированные задачи (оценка умений, навыков)

Кейс «Портрет посетителя сайта»

1. Составьте усредненный портрет посетителя сайта по данным сервиса аналитики.
2. Разработайте набор рекомендаций к контенту, исходя из полученного портрета.

Тема 4. Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации, и продвижения мобильных приложений в Интернете (ASO)

Теоретический вопрос (оценка знаний)

1. Установка мобильного приложения.
2. Активация пользователя мобильного приложения.
3. Каналы мобильных приложений.
4. Стратегии активации пользователей.
5. Стратегии удержания пользователей.
6. Способы продвижения мобильных приложений: контекстная реклама, медиа.
7. Аналитика мобильных приложений.

Контрольная точка № 3 по теме 5

Тема 5. Анализ результатов SEO и ASO оптимизации.

Теоретический вопрос (оценка знаний)

1. Особенности анализа результатов SEO оптимизации.
2. Особенности анализа результатов ASO оптимизации.

Практико-ориентированные задачи (оценка умений, навыков)

Кейс «Аналитика SEO»

Выполните следующие задания на примере _____ проекта:

- из каких источников приходит основной трафик на сайт (скриншот из Яндекс Метрики и численные показатели);
- количество посетителей за один месяц (скриншот из Яндекс Метрики и численные показатели);
- количество визитов за один месяц (скриншот из Яндекс Метрики и численные показатели);
- количество визитов из поисковой системы Яндекс за один месяц (скриншот из Яндекс Метрики и численные показатели);
- из какой страны приходит основной трафик на сайт (скриншот из Google Analytics и численные показатели в процентах);
- какова вовлечённость ваших пользователей (скриншот из Google Analytics и численные показатели в минутах);

Вопросы к зачету

1. Понятие SEO или поисковой оптимизации
2. Использование методов SEO-оптимизации как инновационной технологии торгового бизнеса
3. Выбор методов SEO-оптимизации сайта интернет-магазина, обоснование выбора
4. Достоинства и недостатки поисковой оптимизации
5. Проведение оптимизации и поискового аудита
6. Технические ошибки оптимизации сайтов
7. Переоптимизация сайта
8. Регистрация в поисковых системах. Стандарт исключения для поисковых систем
9. Понятие ранжирования
10. Влияние внутренних и внешних ссылок на позиции сайта
11. Способы расширения базы внешних ссылок
12. Проведение работы по анализу ссылочной составляющей сайта
13. Способы индексации контента
14. Что такое Title, Description, Keywords. Их влияние на продвижение сайта
15. Что нельзя делать чтобы не выпасть из выдачи Google
16. Особенности продвижения сайта в Яндекс
17. Внутренняя оптимизация сайта. Общие положения и методы
18. Внешняя оптимизация. Общие положения и методы
19. Бесплатная внешняя оптимизация сайта
20. Продвижение сайта по поисковым запросам
21. Виды поисковых запросов: низкочастотные, среднечастотные, высокочастотные и long tail запросы
22. Инструменты статистики поисковых запросов
23. Ключевые слова для продвижения сайта
24. Семантическое ядро сайта
25. Инструменты для расширения семантического ядра
26. Использование инструментария Yandex Wordstat и Google Trends
27. Правила отбора ключевых фраз
28. Черное SEO
29. Использование роботов в SEO-продвижении
30. Перелинковка сайта
31. Ссылочная структура сайта
33. Понятия оптимизации кода
34. Внешнее окружение и его значение для сайта
35. Динамика развития внутреннего и внешнего окружения
36. Поисковое продвижение. Основные методы, понятия и критерии эффективности
37. Составляющие SEO-продвижения
38. Установка мобильного приложения.
39. Активация пользователя мобильного приложения.
40. Каналы мобильных приложений.
41. Стратегии активации пользователей.
42. Стратегии удержания пользователей.
43. Способы продвижения мобильных приложений: контекстная реклама, медиа.
44. Аналитика мобильных приложений.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

а) Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

основная литература:

1. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : Учебник ; ВО - Бакалавриат/Киевский национальный экономический университет им. Вадима Гетьмана. - Москва: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2020. - 352 с. - URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=358148>.
2. Ветцель, К. Я. Интернет-маркетинг : учеб. пособие; ВО - Бакалавриат/Ветцель К. Я. - Красноярск:СФУ, 2018. - 176 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/157667>. - Издательство Лань.
3. Соловьев, Б. А. Маркетинг : учебник ; ВО - Бакалавриат/Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - Москва:ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2020. - 337 с. - URL: <http://new.znanium.com/go.php?id=1078335>.

дополнительная литература:

1. Ветитнев, А. М. Интернет-маркетинг санаторно-курортных услуг : практическое руководство для менеджеров санаторно-курортного комплекса ; ВО - Бакалавриат/Сочинский государственный университет. - Москва:ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2016. - 160 с. - URL: <http://new.znanium.com/go.php?id=544271>.
2. Винарский, Я. С. Web-аппликации в Интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : Практическое пособие; ВО - Бакалавриат, Магистратура. - Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. - 269 с. - URL: <http://new.znanium.com/go.php?id=468977>.
3. Загребельный, Г. В. Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас : Практическое руководство. - Москва:ООО "Альпина Паблишер", 2016. - 270 с. - URL: <http://new.znanium.com/go.php?id=1003527>.
4. Синяева, И. М. Маркетинг : Учебное пособие; ВО - Бакалавриат/Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. - Москва: Вузовский учебник, 2014. - 384 с. - URL: <http://new.znanium.com/go.php?id=427176>.
5. Сухарев, О. С. Функциональный и интернет-маркетинг : монография/Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации; Центр проектирования "Защита"; Брянский государственный технический университет; Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, факультет государственного управления. - Москва:ООО "КУРС", 2019. - 352 с. - URL: <http://new.znanium.com/go.php?id=1027551>.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. <http://www.government.ru/> - Интернет-портал Правительства РФ
1. <http://www.cbr.ru> - Центральный банк России
2. <http://www.economy.gov.ru/minic/main> - Министерство экономического развития Российской Федерации
3. <http://www.minfin.ru> - Министерство финансов России
4. <http://www.nalog.ru> - Министерство по налогам и сборам России
5. <https://rosstat.gov.ru/> - Госкомстат России
6. <http://www.rbc.ru> - Информационное агентство «Росбизнесконсалтинг» (Россия)
7. <https://www.worldbank.org> - Всемирный банк
8. <https://www.imf.org> - Международный валютный фонд
9. <https://www.nber.org/> - Национальное бюро экономических исследований (США)
10. <https://www.iep.ru/ru/> - Институт экономической политики имени Е.Т. Гайдара
11. <http://www.hse.ru> - Государственный университет - Высшая школа экономики (Россия)
12. <https://beafnd.org/> - Бюро экономического анализа (Россия)
13. <http://vopreco.ru> - Журнал «Вопросы экономики»
14. <https://welcome.stepik.org/ru> - Онлайн курсы на образовательной платформе Stepik

- | | | |
|-----|---|--|
| 15. | https://www.lektorium.tv/ | Онлайн курсы на образовательной платформе Лекториум |
| 16. | https://openedu.ru/course/ | Онлайн курсы на образовательной платформе «Открытое образование» |
| 17. | https://universarium.org/ | Онлайн курсы на образовательной платформе Универсариум |
| 18. | http://www.consultant.ru/ | Справочно-поисковая система «Консультант Плюс» |
| 19. | http://www.garant.ru/ | Справочно-поисковая система СПС «Гарант» |
| 20. | https://www.elibrary.ru/author_s.asp | Научная библиотека elibrary.ru |
| 21. | http://eup.ru/ | Экономика и управление на предприятиях. Научно-образовательный портал. Библиотека экономической и управленческой литературы. |
| 22. | http://www.aup.ru | Административно-Управленческий Портал - бесплатная электронная библиотека по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии |
| 23. | http://ecsocman.hse.ru/ | Федеральный образовательный портал "Экономика, Социология, Менеджмент" |

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» предназначена для изучения основ стратегии продвижения в интернет среде.

Лекционное занятие является одной из основных системообразующих форм организации учебного процесса. Лекция представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем - лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Результатом прослушивания лекции для студентов является конспект. При написании конспекта хорошо оставлять свободные места, предусмотреть поля, так как при проработке материала с использованием книги бывает необходимо дополнить или скорректировать записи. Такая работа с конспектом приводит к глубокому пониманию и освоению предмета.

Практические занятия проводятся в виде практических работ (обсуждение контрольных и проблемных вопросов, рассмотрение примеров из практики отечественных предприятий и т.п.). Дисциплина «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» носит прикладной характер, а следовательно, особое внимание при проведении практических занятий уделяется тем теоретическим положениям и практическим навыкам, которые могут быть использованы в будущей практической деятельности.

Чтобы облегчить выполнение заданий, необходимо определить временные рамки. Еженедельная подготовка по дисциплине требует временных затрат. Четкое фиксирование по времени регулярных дел, закрепление за ними одних и тех же часов – важный шаг к организации времени. При учете времени надо помнить об основной цели рационализации – получить наибольший эффект с наименьшими затратами. Учет – лишь средство для решения основной задачи: сэкономить время.

Важная роль в организации учебной деятельности отводится учебно-тематическому плану дисциплины, дающему представление не только о тематической последовательности изучения курса, но и о затратах времени, отводимом на изучение курса. Успешность освоения курса «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» во многом зависит от правильно спланированного времени при самостоятельной подготовке (в зависимости от специальности от 2–3 до 5 часов в неделю).

При подготовке к занятиям по дисциплине «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» необходимо руководствоваться нормами времени на выполнение заданий. Например, при подготовке к занятию на проработку конспекта одной лекции, учебников, как правило, отводится от 0,5 часа до 2 часов, а на изучение первоисточников объемом 16 страниц печатного текста с составлением конспекта 1,5–2 часа, с составлением лишь плана около 1 часа.

Успешное изучение курса «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» предполагает активное, творческое участие студента на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделяется целям, задачам, структуре и содержанию курса.

Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Начиная изучение курса, студенту необходимо:

– ознакомиться с программой, изучить список рекомендуемой литературы. К программе курса необходимо будет возвращаться постоянно, по мере усвоения каждой темы в отдельности, для того чтобы понять: достаточно ли полно изучены все вопросы;

– внимательно разобраться в структуре курса «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений», в системе распределения учебного материала по видам занятий, формам контроля, чтобы иметь представление о курсе в целом, о лекционной и практической части всего курса изучения;

– обратиться к методическим пособиям по дисциплине, позволяющим ориентироваться в последовательности выполнения заданий.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).

11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующее программное обеспечение: Microsoft Windows Server STDCORE All Lng License/Software Assurance Pack Academic OLV 16 Licenses Level E Additional Product Core Lic 1 Year; Kaspersky Total Security Russian Edition. 1000-1499 Node 1 year Educational Renewal License; Консультант Плюс-СК сетевая версия (правовая база).

11.2 Перечень свободно распространяемого программного обеспечения

BigBlueButton – для организации и проведения онлайн занятий (в форме вебинара).

11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

№ п/п	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (ауд. № 160, площадь – 202,7 м ²).	Специализированная мебель на 180 посадочных мест, персональный компьютер – 1 шт., проектор Panasonic EX620 X6A – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., трибуна для лектора – 1 шт., микрофон – 1 шт., мониторы - 3 шт., плазменная панель - 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», выход в корпоративную сеть университета.
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (ауд. № 165, площадь – 66,6 м ²).	Специализированная мебель на 30 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., телевизор SAMSUNG UHD TV 7 series - 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
3	Учебные аудитории для самостоятельной работы студентов:	
	1. Читальный зал научной библиотеки (площадь 177 м ²)	Оснащение: специализированная мебель на 100 посадочных мест, персональные компьютеры – 56 шт., телевизор – 1шт., принтер – 1шт., цветной принтер – 1шт., копировальный аппарат – 1шт., сканер – 1шт., Wi-Fi оборудование, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
	2. Учебная аудитория № 165 (площадь – 66,6 м ²)	Специализированная мебель на 30 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., телевизор SAMSUNG UHD TV 7 series - 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета,

		выход в корпоративную сеть университета.
4	Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций (ауд. № 165, площадь – 66,6 м ²).	Специализированная мебель на 30 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., телевизор SAMSUNG UHD TV 7 series - 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
5	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации (ауд. № 165, площадь – 66,6 м ²).	Специализированная мебель на 30 посадочных мест, персональные компьютеры – 13 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., телевизор SAMSUNG UHD TV 7 series - 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.

13. Особенности реализации дисциплины для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

а) для слабовидящих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);
- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения промежуточной аттестации оформляются увеличенным шрифтом;
- задания для выполнения на промежуточной аттестации зачитываются ассистентом;
- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;
- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство.

в) для глухих и слабослышащих:

- на промежуточной аттестации присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочесть и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);
- промежуточная аттестация проводится в письменной форме;
- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- по желанию студента промежуточная аттестация может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;
- по желанию студента промежуточная аттестация проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины ФТД.01 «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и учебного плана по профилю «Маркетинг».

Автор:

к.э.н., доцент Гунько Ю.А.

Рецензенты:

к.э.н., доцент Пономаренко М.В.

к.э.н., доцент Рыбасова Ю.В.

Рабочая программа дисциплины ФТД.01 «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» рассмотрена на заседании кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики протокол № 18 от 16 мая 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и учебного плана по профилю «Маркетинг».

Зав. кафедрой экономической теории, маркетинга и агроэкономики, д-р. экон. наук,
профессор

Кусакина О. Н.

Рабочая программа дисциплины ФТД.01 «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 9 от 19 мая 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и учебного плана по профилю «Маркетинг».

Руководитель ОП

к.э.н., доцент Агаларова Е.Г.

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений»
 по подготовке обучающегося по программе бакалавриата
 по направлению подготовки

38.04.01	Менеджмент
код	Наименование направления подготовки
	Маркетинг
	Профиль
Форма обучения – очная, заочная	
Общая трудоемкость изучения дисциплины составляет 2 з.е., 72 час.	
Программой дисциплины предусмотрены следующие виды занятий	<p><u>Очная форма обучения:</u> лекции – 18 ч. (практическая подготовка 18 ч.), практические (лабораторные) занятия – 18 ч. (практическая подготовка 18 ч.), самостоятельная работа – 36 ч. (практическая подготовка 36 ч.).</p> <p><u>Очно-заочная форма обучения:</u> лекции – 12 ч. (практическая подготовка 12 ч.), практические (лабораторные) занятия – 12 ч. (практическая подготовка 12 ч.), самостоятельная работа – 48 ч. (практическая подготовка 48 ч.).</p>
Цель изучения дисциплины	Целью изучения дисциплины «Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений» является формирование у студентов комплекса компетенций по настройке SEO и ASO оптимизации.
Место дисциплины в структуре ОП ВО	Учебная дисциплина входит в базовую часть (ФТД.01)
Компетенции и индикатор (ы) достижения компетенций, формируемые в результате освоения дисциплины -	<p>Профессиональные компетенции (ПК)</p> <p>ПК – 4. Способен организовать продвижение товаров (услуг).</p> <p>4.1 - Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции.</p>
Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины	<p>Знания:</p> <p>Основные инструменты по продвижению сайтов и мобильных приложений (ПК-4.1). Особенности SEO и ASO оптимизации (ПК-4.1).</p> <p>Умения:</p> <p>Применять инструменты при продвижении сайтов и мобильных приложений (ПК-4.1). Организовать аудит SEO и ASO оптимизации (ПК-4.1).</p> <p>Навыки:</p> <p>Проводит аудит и применяет инструменты при оптимизации сайтов и мобильных приложений (ПК-4.1). Настраивает SEO и ASO оптимизацию (ПК-4.1).</p>
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные разделы и темы)	<p>Тема 1. Современные направления и инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений.</p> <p>Тема 2. Основы поисковой оптимизации (SEO/ASO).</p> <p>Тема 3. Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации, и продвижения</p>

	сайта в Интернете (SEO). Тема 4. Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации, и продвижения мобильных приложений в Интернете (ASO). Тема 5. Анализ результатов SEO и ASO оптимизации.
Форма контроля -	<u>Очная форма обучения:</u> семестр 6 – зачет. <u>Очно-заочная форма обучения:</u> семестр 6 – зачет.
Автор:	Доцент кафедры экономической теории, маркетинга и агроэкономики, к.э.н. Гунько Юлия Александровна