

**Частное образовательное учреждение высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»**

Одобрено
решением Ученого совета
от «29» июля 2023г.
протокол № 2



УТВЕРЖДАЮ
Ректор Института бизнеса
и инновационных технологий

А.И. Садыкова

«29» июля 2023 г.

**Рабочая программа дисциплины
«Интернет-маркетинг»**

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки: Управление проектами
Квалификация выпускника: Бакалавр
Форма обучения: очно-заочная

Вологда 2023

Содержание

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ	3
2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	4
3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	5
4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	7
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	10
7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	13

1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Интернет-маркетинг» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, утвержденным приказом Минобрнауки России от № 970 от 12.08.2020.

Дисциплина «Интернет-маркетинг» направлена на формирование комплекса знаний и практических навыков использования практического инструментария в области теории и практики интернет-маркетинга.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 Менеджмент и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре.

Цель и задачи дисциплины

Дисциплина «Интернет-маркетинг» является дисциплиной, формирующей у студентов глубокие знания в области маркетинговой и рекламной деятельности в сети интернет.

Целью освоения дисциплины является формирование у студентов понятийного аппарата, инструментария и методологии деятельности в сфере интернет-маркетинга.

Задачи изучения дисциплины:

- освоение методов, видов и инструментов интернет – маркетинга;
- изучение практики использования всех аспектов традиционного маркетинга и рекламы в Интернете с целью продажи продукта или услуги покупателям и управление взаимоотношениями с ними;
- овладение инструментами продвижения компании в глобальной сети в соответствии с общей стратегией развития бизнеса.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт	
Способен реализовывать проекты по разработке перспективных методов, моделей и механизмов организации и планирования производства	ПК-1	ПК-1.1 Реализовывает исследовательские и инновационные проекты организации и планирования производства	основные средства и инструменты продвижения и продаж цифрового маркетинга, инструменты лидогенерации, SEO – оптимизации, повышения конверсии, направленные на обеспечение реализации инновационных проектов	проводить стратегический анализ в сети Интернет, делать выбор среди современных инструментов интернет-маркетинга для реализации краткосрочных, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации, настраивать различные системы диджитал-рекламы и веб-аналитики, вести базы данных по различным показателям	работы со специализированными программами для сбора информации и управления маркетинговыми инструментами и инструментами прогнозирования, методами анализа сбора и обработки информации эффективности результатов деятельности компании в Интернет, связанных с продвижением инновационных проектов	<u>Контактная работа:</u> Лекции Лабораторные занятия <u>Самостоятельная работа</u>

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	ТКУ / балл Форма ПА	
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра			Из них в форме практической подготовки
Очно-заочная форма											
Тема 1. Информационные технологии в маркетинге и рекламе	1					2				18	Отчет по лабораторному практикуму/20
Тема 2. Продукт. Позиционирование. Дизайн. Usability. Бизнес-планирование						2				18	Отчет по лабораторному практикуму/20
Тема 3. Способы продвижения и критерии оценки эффективности.	1					2				18	Отчет по лабораторному практикуму/20
Тема 4. Мониторинг Интернет-проектов	1					2				18	Отчет по лабораторному практикуму/20
Тема 5. Работа с интернет-аудиторией	1					4				20	Отчет по лабораторному практикуму/20
Всего:	4					12				92	100
Контроль, час										Зачет	
Объем дисциплины (в академических часах)	108										
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	3										

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Информационные технологии в маркетинге.

Введение. Цели и задачи курса. Методы контроля. Определение Интернет-маркетинга. Продукт, цена, площадка, продвижение. Методологические источники интернет-маркетинга (экономика, общая теория маркетинга, партизанский маркетинг) и смежные дисциплины (теория коммуникаций, информационный консалтинг, конкурентная разведка и пр). Web-приложения. Структура Web-приложений. Web-форма.

Тема 2. Продукт. Позиционирование. Дизайн. Usability. Бизнес-планирование

Отличия видов позиционирования. Четкое и нечеткое позиционирование: примеры. Дифференциация по видам деятельности. Различия в коммуникациях и продвижении b2b и b2c. Виды и модели работы электронных площадок.

Важность и риски при разработке дизайна. Что такое usability и usability аудит. Применимость usability-анализа – всегда ли это необходимо. Что можно тестировать. Виды usability-тестирования. Что важнее – SEO-оптимизация или usability. Процесс разработки пользовательского интерфейса. Специализированные инструменты usability-тестирования и анализа. Подводные камни юзабилити тестирования

Тема 3. Способы продвижения и критерии оценки эффективности.

Ценовые модели размещения рекламы (CPM, CPA и т.д.). Конверсия и ROI интернет-рекламы. Пост-клик маркетинг. Методы оптимизации конверсии. Сплит-тесты (А/Б тестирование). Механизмы отслеживания эффективности рекламы. Медийная реклама. Рынок интернет-рекламы: объемы и сегментация. Применимость различных методов рекламы. Баннеры (виды, типы размещений, технологии).

Виды мобильных сервисов. Аудитория и статистика мобильного интернета. Маркетинг мобильных приложений. Монетизация мобильных сервисов и проблемы монетизации. Реклама в мобильных приложениях.

Продвижение проектов. Социальное, вирусное, поисковое продвижение (аудит, рерайтинг, АГС фильтры, ТИЦ, PageRank).

Статистика и охват аудитории. Прямой маркетинг (e-mail, RSS). Мобильный сайт или мобильное приложение? Критерии эффективности. Закупка новостного трафика (на примере Reedme, RedTram, marketgid). Контекстная реклама (Яндекс.Директ, Гугл.Адсенс, Бегун). Закупка целевого трафика с Яндекс.Маркет. Лидогенерация (плюсы и минусы).

Тема 4. Мониторинг интернет-проектов

Выбор инструментов статистики. Системы статистики (Li.ru, Яндекс.Метрика, Google.Analytics). Отчеты TNS, Гэллоп Медиа по аудитории. Подборки новостей (на базе Google.Reader, Яндекс.Лента).

Тема 5. Работа с интернет-аудиторией

Определение целевой аудитории. Удержание и наращивание аудитории. Якорные сервисы. Работа с контентом. Внутренние коммуникации. Поучаем, развлекаем. Работа с репутацией. Работа с отрицательными отзывами.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе изучения дисциплины используются такие виды учебной работы, как лекции, лабораторные практикумы, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя.

Методические указания для обучающихся по подготовке к лекции

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект, что позволит впоследствии вспомнить изученный учебный материал, дополнить содержание при самостоятельной работе с литературой, подготовиться к экзамену.

Следует также обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений.

Любая лекция должна иметь логическое завершение, роль которого выполняет заключение. Выводы по лекции подытоживают размышления преподавателя по учебным вопросам. Формулируются они кратко и лаконично, их целесообразно записывать. В конце лекции, обучающиеся имеют возможность задать вопросы преподавателю по теме лекции.

Методические указания для обучающихся по выполнению лабораторных практикумов

Лабораторные практикумы выполняются в соответствии с рабочим учебным планом при последовательном изучении тем дисциплины.

Прежде чем приступать к выполнению лабораторного практикума, обучающемуся необходимо:

- ознакомиться с соответствующими разделами программы дисциплины по учебной литературе, рекомендованной программой курса;
- получить от преподавателя рекомендации о порядке выполнения заданий;
- настроить под руководством преподавателя инструментальные средства, необходимые для проведения лабораторного практикума

- получить от преподавателя конкретное задание и информацию о сроках выполнения, требованиях к оформлению, форме представления и критериях оценки результатов работы;

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Порядок проведения практикума.

1. Получение задания и рекомендаций к выполнению практикума.

1. Настройка инструментальных средств, необходимых для выполнения практикума.

2. Выполнение заданий практикума.

3. Подготовка отчета в соответствии с требованиями.

4. Сдача отчета преподавателю.

В ходе выполнения практикума необходимо следовать технологическим инструкциям, использовать материал лекций, рекомендованных учебников, источников интернета, активно использовать помощь преподавателя на занятии.

Требования к оформлению результатов практикумов.

При подготовке отчета: изложение материала должно идти в логической последовательности, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, шрифт TimesNewRoman, размер – 14, выравнивание по ширине, отступ первой строки – 1,25, междустрочный интервал – 1,5, правильное оформление рисунков (подпись, ссылка на рисунок в тексте).

При подготовке презентации: строгий дизайн, минимум текстовых элементов, четкость формулировок, отсутствие грамматических и синтаксических ошибок, воспринимаемая графика, умеренная анимация.

Методические указания для обучающихся по организации самостоятельной работы

Самостоятельная работа обучающихся направлена на самостоятельное изучение отдельных тем/вопросов учебной дисциплины.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по дисциплине определяется учебным планом.

При самостоятельной работе обучающиеся взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя.

Работа с литературой

Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме.

Изучая материал по учебной книге (учебнику, учебному пособию,

монографии, и др.), следует переходить к следующему вопросу только после полного уяснения предыдущего, фиксируя выводы и вычисления (конспектируя), в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода.

Особое внимание обучающийся должен обратить на определение основных понятий курса. Надо подробно разбирать примеры, которые поясняют определения. Полезно составлять опорные конспекты.

Выводы, полученные в результате изучения учебной литературы, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы при перечитывании материала они лучше запоминались.

При самостоятельном решении задач нужно обосновывать каждый этап решения, исходя из теоретических положений курса.

Вопросы, которые вызывают у обучающегося затруднение при подготовке, должны быть заранее сформулированы и озвучены во время занятий в аудитории для дополнительного разъяснения преподавателем.

Самостоятельная работа является обязательной для каждого обучающегося, ее объем по курсу определяется учебным планом.

Навигация для обучающихся по самостоятельной работе в рамках изучения дисциплины

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Форма контроля
<i>Тема 1. Информационные технологии в маркетинге и рекламе.</i>	Получение информации о конкурентах из открытых источников. Отличия анализа офлайн-компаний и интернет-проектов.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму	Отчет по лабораторному практикуму по теме № 1
<i>Тема 2. Продукт. Позиционирование . Дизайн. Usability. Бизнес-планирование</i>	Что важнее – SEO-оптимизация или usability. Процесс разработки пользовательского интерфейса. Специализированные инструменты usability-тестирования и анализа. Под-водные камни юзабилити тестирования	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму	Отчет по лабораторному практикуму по теме №2
<i>Тема 3. Способы продвижения и критерии оценки эффективности.</i>	Статистика и охват аудитории. Прямой маркетинг (e-mail, RSS). Мобильный сайт или мобильное приложение? Критерии эффективности. Закупка новостного трафика (на примере Reedme, RedTram, marketgid). Контекстная реклама (Яндекс.Директ, Гугл.Адсенс, Бегун). Закупка целевого трафика с Яндекс.Маркет. Лидогенерация (плюсы и минусы).	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму	Отчет по лабораторному практикуму по теме №3
<i>Тема 4.</i>	Отчеты TNS, Гэллоп Медиа по	Работа с	Отчет по

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самост. работы	Форма контроля
<i>Мониторинг Интернет-проектов</i>	аудитории. Подборки новостей (на базе Google.Reader, Яндекс.Лента).	литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму	лабораторному практикуму по теме №4
<i>Тема 5. Работа с интернет-аудиторией</i>	Работа с контентом. Внутренние коммуникации. Поучаем, развлекаем. Работа с репутацией. Работа с отрицательными отзывами.	Работа с литературой, источниками в сети Internet Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму	Отчет по лабораторному практикуму по теме №5

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература:

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 335 с.— Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/468966>.

2. Кокрум Дж. Интернет-маркетинг. Лучшие бесплатные инструменты / Дж. Кокрум. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. - 695 с.- <http://biblioclub.ru>

3. Москалев С. М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С. М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПБГАУ), 2018. – 101 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717>.

Дополнительная литература

1. Калюжнова Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 170 с. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473049>

2. Маркотт И. Отзывчивый веб-дизайн. Эмоциональный веб-дизайн. Основы контентной стратегии. Сначала мобильные (комплект из 4 книг) / Итан Маркотт и др. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020. - 624 с.. - <http://biblioclub.ru>

3. Миллер М. YouTube для бизнеса. Онлайн видео-маркетинг для любого бизнеса / Майкл Миллер. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019. - 304 с.-

<http://biblioclub.ru>

4. Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 507 с. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477312>

6.2. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

№ п/п	Полное название ресурса	Адрес ресурса
1.	MercatorGroup	http://www.mercator.ru/
2.	РИА Новости. Россия сегодня	https://ria.ru/
3.	GfK. Международный институт маркетинговых и социальных исследований	https://www.gfk.com/ru/
4.	Research Rethink React. Исследовательский холдинг Ромир	http://romir.ru/
5.	Фонд Общественное мнение (ФОМ)	http://corp.fom.ru/
6.	Институт социологии Российской академии наук	http://www.isras.ru/
7.	Всероссийский центр исследований общественного мнения (ВЦИОМ)	https://wciom.ru/
8.	Mediascope	http://mediascope.net/
9.	Ассоциация коммуникационных агентств России	http://www.akarussia.ru/files/docs/akar_sprav2015.pdf http://www.akarussia.ru/files/docs/akar_industrialnye_standarty_prezentaciya.pdf
10.	LPgenerator.	https://lpgenerator.ru/blog/2015/05/06/medijnaya-reklama-v-internete-vidy-preimushestva-effektivnost/ https://lpgenerator.ru/blog/categorie
11.	Яндекс	https://yandex.ru/adv/products/display?menu=open/ https://yandex.ru/adv/products/context?menu=open/

6.3. Описание материально-технической базы

<i>Специализированная многофункциональная учебная аудитория № 2 для проведения учебных занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций,</i>	160019, Вологодская область, г.о. город Вологда, г Вологда, ул Добролюбова, д.	Аренда	Общество с ограниченной ответственностью «Балтэстейт»	<i>Договор аренды нежилого помещения от 1 августа 2024 года, срок действия с 1 августа 2024 года по</i>
---	--	--------	---	---

<p><i>текущего контроля и промежуточной/ итоговой аттестации (с возможностью обучения лиц с ОВЗ), в том числе для организации практической подготовки обучающихся, с перечнем основного оборудования:</i></p> <p>Письменные столы обучающихся; Стулья обучающихся; Столы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Стулья для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Письменный стол педагогического работника; Стул педагогического работника; Кафедра; Магнитно-маркерная доска; Мультимедийный проектор; Экран; Ноутбук с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата</p>	<p>68а. БТИ: 1 этаж, помещение № 2 (25,2 кв.м.)</p>			<p>30 июня 2025 года (Ссылка на файл договора)</p>
<p><i>Специализированная многофункциональная учебная аудитория № 4 для проведения учебных занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной/ итоговой аттестации (с возможностью обучения лиц с ОВЗ), в том числе для организации практической подготовки обучающихся, с перечнем основного оборудования:</i></p> <p>Письменные столы обучающихся; Стулья обучающихся; Столы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Стулья для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Письменный стол педагогического работника; Стул педагогического работника; Кафедра; Магнитно-маркерная доска; Мультимедийный проектор; Экран; Ноутбук с возможностью подключения к сети «Интернет» и</p>	<p>160019, Вологодская область, г.о. город Вологда, г Вологда, ул Добролюбова, д. 68а. БТИ: 1 этаж, помещение № 4 (21,6 кв.м.)</p>	<p>Аренда</p>	<p>Общество с ограниченной ответственностью «Балтэстейт»</p>	<p>Договор аренды нежилого помещения от 1 августа 2024 года, срок действия с 1 августа 2024 года по 30 июня 2025 года (Ссылка на файл договора)</p>

<p>обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата</p>				
<p><i>Специализированная многофункциональная учебная аудитория № 5 для проведения учебных занятий лекционного типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной/ итоговой аттестации (с возможностью обучения лиц с ОВЗ), в том числе для организации практической подготовки обучающихся, с перечнем основного оборудования:</i></p> <p>Письменные столы обучающихся; Стулья обучающихся; Столы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Стулья для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Письменный стол педагогического работника; Стул педагогического работника; Кафедра; Магнитно-маркерная доска; Мультимедийный проектор; Экран; Ноутбук с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата</p>	<p>160019, Вологодская область, г.о. город Вологда, г Вологда, ул Добролюбова, д. 68а. БТИ: 1 этаж, помещение № 5 (19,6 кв.м)</p>	<p>Аренда</p>	<p>Общество с ограниченной ответственностью «Балтэстейт»</p>	<p><i>Договор аренды нежилого помещения от 1 августа 2024 года, срок действия с 1 августа 2024 года по 30 июня 2025 года</i> (Ссылка на файл договора)</p>
<p><i>Специализированная многофункциональная учебная аудитория № 6 для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной/ итоговой аттестации (с возможностью обучения лиц с ОВЗ), в том числе для организации практической подготовки обучающихся, с перечнем основного оборудования:</i></p> <p>Компьютерные столы обучающихся; Стулья обучающихся; Компьютерные столы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Стулья для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Письменный стол</p>	<p>160019, Вологодская область, г.о. город Вологда, г Вологда, ул Добролюбова, д. 68а. БТИ: 1 этаж, помещение № 6 (18 кв..м.)</p>	<p>Аренда</p>	<p>Общество с ограниченной ответственностью «Балтэстейт»</p>	<p><i>Договор аренды нежилого помещения от 1 августа 2024 года, срок действия с 1 августа 2024 года по 30 июня 2025 года</i> (Ссылка на файл договора)</p>

<p>педагогического работника; Стул педагогического работника; Стеллаж для учебно-методических материалов, в том числе учебно-наглядных пособий; Многофункциональное устройство (принтер, сканер, ксерокс); Интерактивная доска; Мультимедийный проектор; Ноутбуки с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата</p>				
<p><i>Специализированная многофункциональная учебная аудитория № 7 для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной/ итоговой аттестации (с возможностью обучения лиц с ОВЗ), в том числе для организации практической подготовки обучающихся, с перечнем основного оборудования:</i> Компьютерные столы обучающихся; Стулья обучающихся; Компьютерные столы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Стулья для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья; Письменный стол педагогического работника; Стул педагогического работника; Стеллаж для учебно-методических материалов, в том числе учебно-наглядных пособий; Многофункциональное устройство (принтер, сканер, ксерокс); Интерактивная доска; Мультимедийный проектор; Ноутбуки с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата</p>	<p>160019, Вологодская область, г.о. город Вологда, г Вологда, ул Добролюбова, д. 68а. БТИ: 1 этаж, помещение № 7 (18,5 кв..м.)</p>	<p>Аренда</p>	<p>Общество с ограниченной ответственностью «Балтэстейт»</p>	<p><i>Договор аренды нежилого помещения от 1 августа 2024 года, срок действия с 1 августа 2024 года по 30 июня 2025 года</i> (Ссылка на файл договора)</p>
<p><i>Специализированная многофункциональная учебная аудитория № 13 для проведения учебных занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и</i></p>	<p>160019, Вологодская область, г.о. город Вологда, г Вологда, ул Добролюбова, д. 68а. БТИ: 1 этаж,</p>	<p>Аренда</p>	<p>Общество с ограниченной ответственностью «Балтэстейт»</p>	<p><i>Договор аренды нежилого помещения от 1 августа 2024 года, срок действия с 1 августа 2024 года по 30 июня 2025 года</i></p>

<p><i>промежуточной/ итоговой аттестации (с возможностью обучения лиц с ОВЗ), в том числе для организации практической подготовки обучающихся, с перечнем основного оборудования:</i></p> <p>Компьютерные столы обучающихся;</p> <p>Стулья обучающихся;</p> <p>Компьютерные столы для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья;</p> <p>Стулья для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья;</p> <p>Письменный стол педагогического работника;</p> <p>Стул педагогического работника;</p> <p>Стеллаж для учебно-методических материалов, в том числе учебно-наглядных пособий;</p> <p>Многофункциональное устройство (принтер, сканер, ксерокс);</p> <p>Интерактивная доска;</p> <p>Мультимедийный проектор;</p> <p>Ноутбуки с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата</p>	<p>помещение № 13 (19,7 кв.м.)</p>			<p>(Ссылка на файл договора)</p>
<p><i>Помещение № 1 для самостоятельной работы обучающихся (с возможностью обучения лиц с ОВЗ) с перечнем основного оборудования:</i></p> <p>Письменный стол обучающегося;</p> <p>Стул обучающегося;</p> <p>Письменный стол обучающегося с ограниченными возможностями здоровья;</p> <p>Стул обучающегося с ограниченными возможностями здоровья;</p> <p>Ноутбуки с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата;</p> <p>Моноблок (в том числе, клавиатуры, мыши, наушники) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата</p>	<p>160019, Вологодская область, г.о. город Вологда, г Вологда, ул Добролюбова, д. 68а. БТИ: 1 этаж, помещение № 1 (12,2 кв.м.)</p>	<p>Аренда</p>	<p>Общество с ограниченной ответственностью «Балтэстейт»</p>	<p><i>Договор аренды нежилого помещения от 1 августа 2024 года, срок действия с 1 августа 2024 года по 30 июня 2025 года</i></p> <p>(Ссылка на файл договора)</p>
<p><i>Помещение № 3 для самостоятельной работы обучающихся (с возможностью</i></p>	<p>160019, Вологодская область, г.о.</p>	<p>Аренда</p>	<p>Общество с ограниченной ответственностью</p>	<p><i>Договор аренды нежилого помещения от 1</i></p>

<p><i>обучения лиц с ОВЗ) с перечнем основного оборудования:</i></p> <p>Письменный стол обучающегося;</p> <p>Стул обучающегося;</p> <p>Письменный стол обучающегося с ограниченными возможностями здоровья;</p> <p>Стул обучающегося с ограниченными возможностями здоровья;</p> <p>Стеллаж для учебно-методических материалов;</p> <p>Многофункциональное устройство (принтер, сканер, ксерокс);</p> <p>Моноблоки (в том числе, клавиатуры, мыши, наушники) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата</p>	<p>город Вологда, г Вологда, ул Добролюбова, д. 68а. БТИ: 1 этаж, помещение № 3 (16,2 кв.м.)</p>		<p>«Балтэстейт»</p>	<p><i>августа 2024 года, срок действия с 1 августа 2024 года по 30 июня 2025 года</i></p> <p>(Ссылка на файл договора)</p>
<p><i>Помещение № 12 для самостоятельной работы обучающихся (с возможностью обучения лиц с ОВЗ) с перечнем основного оборудования:</i></p> <p>Письменные столы;</p> <p>Стулья;</p> <p>Письменный стол обучающегося с ограниченными возможностями здоровья;</p> <p>Стул обучающегося с ограниченными возможностями здоровья;</p> <p>Стеллаж для учебно-методических материалов;</p> <p>Многофункциональное устройство (принтер, сканер, ксерокс);</p> <p>Ноутбуки с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата;</p> <p>Моноблок (в том числе, клавиатуры, мыши, наушники) с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде лицензиата</p>	<p>160019, Вологодская область, г.о. город Вологда, г Вологда, ул Добролюбова, д. 68а. БТИ: 1 этаж, помещение № 12 (18,1 кв.м.)</p>	<p>Аренда</p>	<p>Общество с ограниченной ответственностью «Балтэстейт»</p>	<p><i>Договор аренды нежилого помещения от 1 августа 2024 года, срок действия с 1 августа 2024 года по 30 июня 2025 года</i></p> <p>(Ссылка на файл договора)</p>

6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-

библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде института из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

лицензионное программное обеспечение:

- Программное обеспечение Microsoft Office
- Программное обеспечение Microsoft Office
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security

для бизнеса Russian Edition

лицензионное программное обеспечение отечественного производства:

- Антивирусная программа Dr.Web;

свободно-распространяемое программное обеспечение:

- 7-ZIP – архиватор <https://7-zip.org/ua/ru/>
- Inkscape – векторный графический редактор <https://inkscape.org/ru/o-programmye/>

- Gimp – растровый графический редактор <http://www.progimp.ru/>

электронно-библиотечная система:

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <http://biblioclub.ru/>

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Юрайт» <https://urait.ru>

современные профессиональные базы данных:

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>

- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

информационные справочные системы:

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>

- Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости в процессе освоения дисциплины

№ п/п	Наименование оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Лабораторный практикум	17-20 – ключевые аспекты практикума сформулированы правильно, аргументация и выводы логичны, подкреплены знанием научных фактов. 13 –16– ключевые аспекты практикума сформулированы

№ п/п	Наименование оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл
		<p>правильно, аргументация и выводы представлены только на одном из уровней мышления;</p> <p>9-12 – ключевые аспекты практикума сформулированы в основном правильно, выводы и послания проекта являются достаточными, хотя и не всегда аргументированными.</p> <p>8-1 – содержание практикума не раскрывает тему, отсутствует аргументация и выводы, не используется профессиональная лексика.</p>

Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

Лабораторный практикум №1

Тема: Проверка ссылок.

Цель работы: Проверка на сайте внутренних и внешних ссылок на наличие битых и отсутствующих страницы, наличие страницы 404, ошибка 500.

Задачи: • научиться проверять актуальность ссылки с помощью онлайнсервисов; • научиться проверять ошибку 500; • научиться проверять наличие страницы 404. В лабораторной работе описываются способы проверки на сайте внутренних и внешних ссылок с помощью сторонних сервисов, а также описание ошибок. Внешний вид лабораторной работы представлен на рисунке 1.

1. Проверка ссылок

Лабораторные работы

Лабораторная работа 1 «Проверка ссылок»

Цель работы. Проверка на сайте внутренних и внешних ссылок на наличие битых и отсутствующих страницы, наличие страницы 404, ошибка 500.

Задачи.

- Научиться проверять актуальность ссылки с помощью онлайн-сервисов;
- Научиться проверять ошибку 500;
- Научиться проверять наличие страницы 404.

Краткие теоретические сведения

БИТЫЕ ССЫЛКИ

Битая ссылка — ссылка на несуществующую страницу, документ, изображение. Переходя по битой ссылке пользователь, в лучшем случае, видит сообщение о том, что страница не найдена. В худшем случае он видит служебную страницу сервера.

Чтобы найти битые ссылки можно пройтись по всему сайту и понажимать по всем увиденным ссылкам. Это неплохой метод для сайта из пяти страниц, но что делать, когда количество страниц переваливает за несколько сотен, а то и тысяч? Ручная проверка явно не эффективна.

Существует несколько автоматизированных решений:

- Инструментарий вебмастера Яндекс и Google;
- Разнообразное программное обеспечение;
- Онлайн-сервисы.

Задание:

1. Для онлайн проверки сайта на битые ссылки перейдем на сервер <http://www.brokenlinkcheck.com>. Он

Рисунок 1. – Лабораторная работа №1 «Проверка ссылок»

В процессе выполнения студенты анализируют сайт РГППУ на битые ссылки с использованием сторонних сервисов и рисуют страницу ошибки 404 и 500.

В лабораторной работе содержится галерея интересных примеров страниц 404 (рисунок 2).

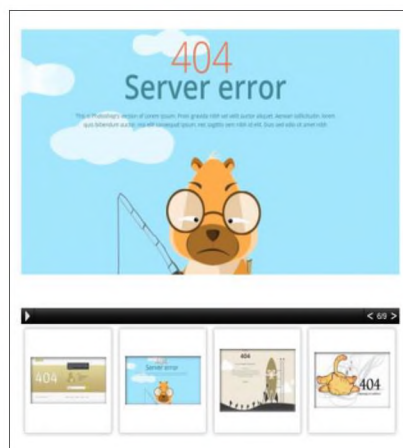


Рисунок 2 – Галерея примеров страниц 404
Последовательно заполняя отчет. Внешний вид отчета по лабораторной работе №1 «Проверка ссылок» представлен на рисунке 3.

<p style="text-align: center;">Отчет по лабораторной работе 1 «Проверка ссылок»</p> <p>Студент <u>Ф.И.О.</u> Группа <u>номер группы</u></p> <p>1. Количество битых ссылок и скриншот результата. Количество: Скриншот:</p> <p>2. Укажите URL страницы сайта РГППУ с ошибкой 500 и вставьте скриншот. URL: 1. 2. 3. Скриншот:</p> <p>3. Вставьте скриншот страницы сайта РГППУ с ошибкой 404 и найдите в интернете 5 страниц «заглушек» для популярных сайтов, укажите название сайта и скриншот страниц. Скриншот сайта РГППУ: Страницы «заглушки»: 1</p>

Рисунок 3. – Отчет по лабораторной работе 1 «Проверка ссылок».

Лабораторный практикум № 2

Тема: *Тестирование юзабилити.*

Цель работы: Проанализировать дизайн сайта на соответствие различным критериям.

Задачи:

1. проверка соответствия логотипа на корпоративные цвета, цветовые линейки;
2. принципы юзабилити сайта.

В лабораторной работе описываются способы тестирования юзабилити интерфейса сайта. Внешний вид лабораторной работы представлен на рисунке 4.

2. Тестирование юзабилити

Лабораторные работы

Лабораторная работа 2 «Тестирование юзабилити»

Цель работы. Проанализировать дизайн сайта на соответствие различным критериям.

Задачи.

- Проверка соответствия логотипа на корпоративные цвета, цветовые линейки;
- Принципы юзабилити сайта.

Краткие теоретические сведения

ЮЗАБИЛИТИ

Под понятием юзабилити сайта подразумевается простое и удобное использование веб-ресурса посетителями.

Основные проблемы юзабилити сайтов, с которыми сталкиваются пользователи это:

- отсутствие хорошей навигации;
- сложная или запутанная структура;
- неудачное расположение элементов сайта;
- неуместное использование рекламы.

ВИЗУАЛЬНАЯ ИЕРАРХИЯ

Визуальная иерархия один из важнейших принципов эффективного дизайна. Фактически это порядок, в котором человеческий глаз воспринимает увиденное.



Рисунок 4. – Лабораторная работа №2 «Тестирование юзабилити».

В рамках лабораторной работы проверяется дизайна на соответствие различным критериям, таким как, соответствие принципам Usability:

Принцип «Визуальная иерархия».

Визуальная иерархия один из важнейших принципов эффективного дизайна. Фактически это порядок, в котором человеческий глаз воспринимает увиденное. Не зная ничего об этих кругах, вы можете легко распределить их по важности. Это и есть визуальная иерархия (рисунок 5).



Рисунок 5 – Принцип визуальной иерархии.

Визуальной иерархии элементов можно добиться не только с помощью размера. Например, разработчики сайта Amazon решили выделить кнопку «Добавить в корзину» цветом (рисунок 6).



Рисунок 6. – Пример выделения кнопки цветом

В лабораторной работе студенты должны оценить расположение и размеры значимых блоков.

Принцип «Золотое сечение».

Золотое сечение – это магическое число 1,618 (), которое делает все вещи пропорциональными и эстетически привлекательными (по крайней мере, считается, что это так). Вот пример того, как выглядит золотое сечение (рисунок 7).

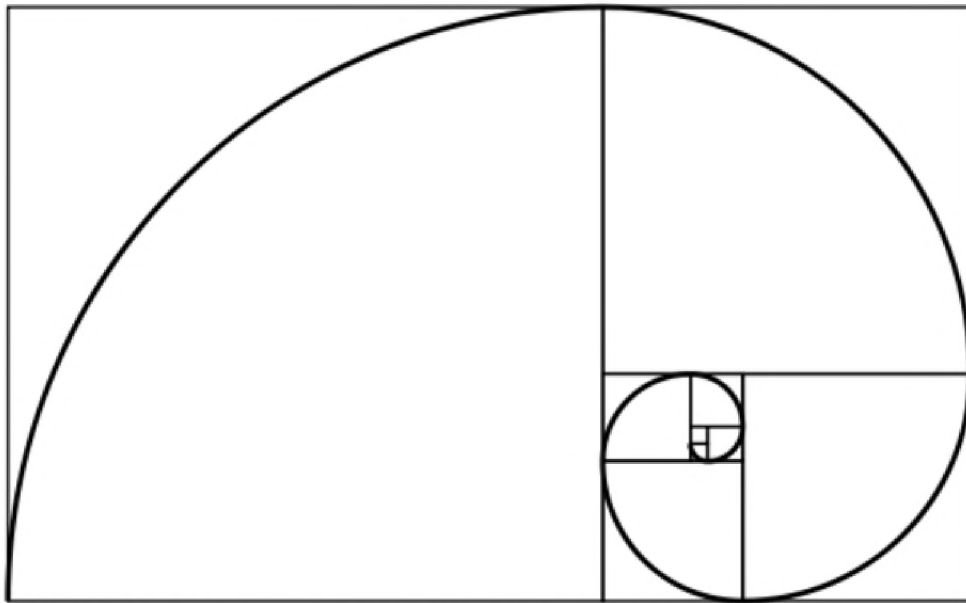


Рисунок 7 – Принцип золотого сечения

В лабораторной работе студенты должны оценить и применить золотое сечение при проверке сайта. Вот, к примеру, сайт Twitter (рисунок 8):

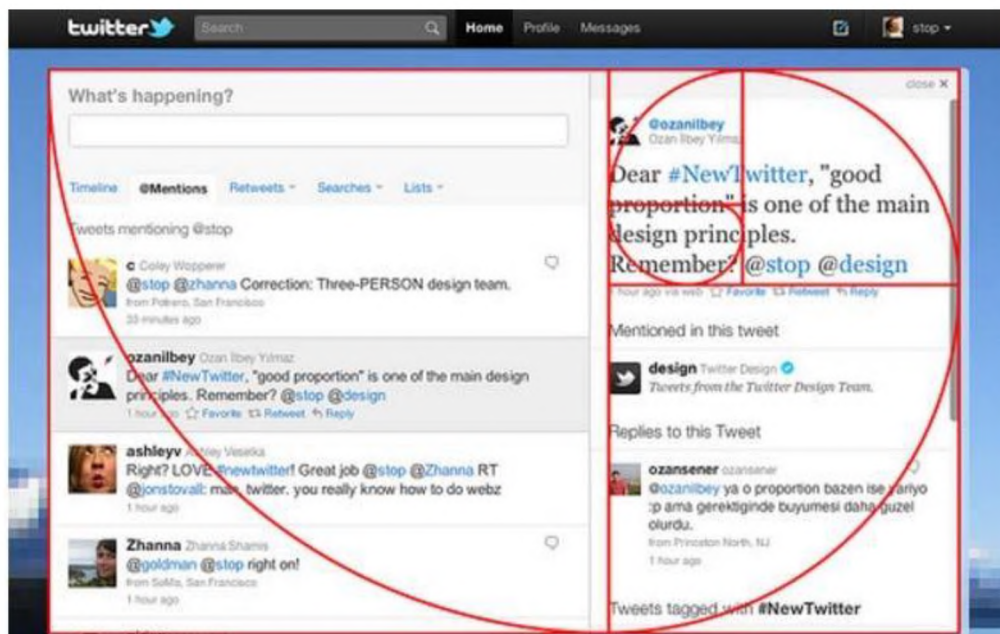


Рисунок 8 – Пример применения золотого сечения

Принцип «Баланса».

Баланс — это равновесие взаимодействующих или противоположных сил в композиции. В такой композиции не возникает ощущения, что какая-то ее часть доминирует над всем остальным. Баланса можно достичь с помощью правильного размещения объектов, размеров объекта и по цвету. Баланс может быть симметричным (верхний рисунок), асимметричным (нижний рисунок), радиальным (объекты расположены кругом и расходятся из одной точки) (рисунок 9).

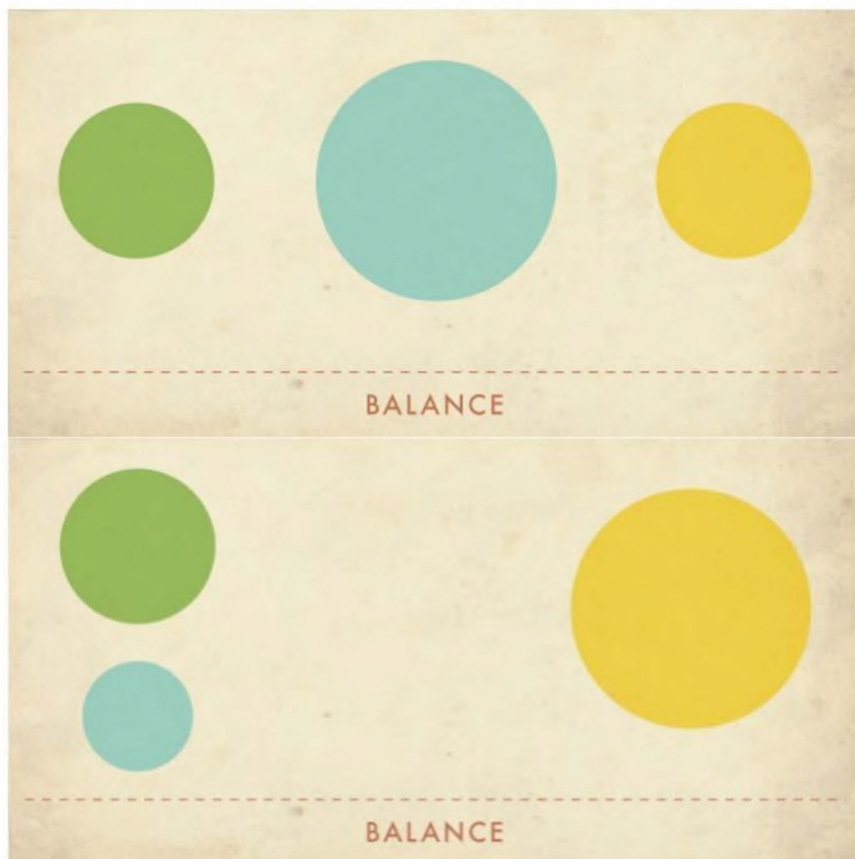


Рисунок 9 – Принцип баланса

В лабораторном практикуме оцениваются расположение элементов в разрезе равновесия (рисунок 10).

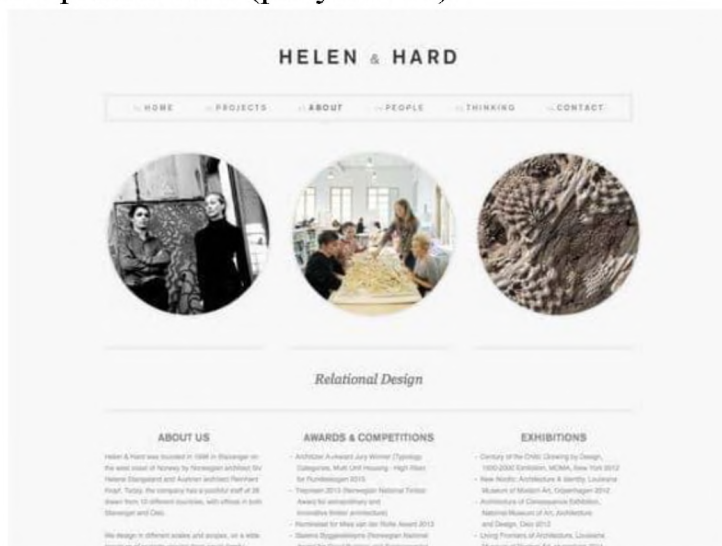


Рисунок 10 – Пример применения принципа баланса.

Принцип «Контраста».

Контраст — это взаимодействие противоположных элементов композиции, таких как цвет, размер, текстура и т.д. Примеры контраста: большой и маленький, шероховатый и гладкий, толстый и тонкий, черный и белый (рисунок 11).

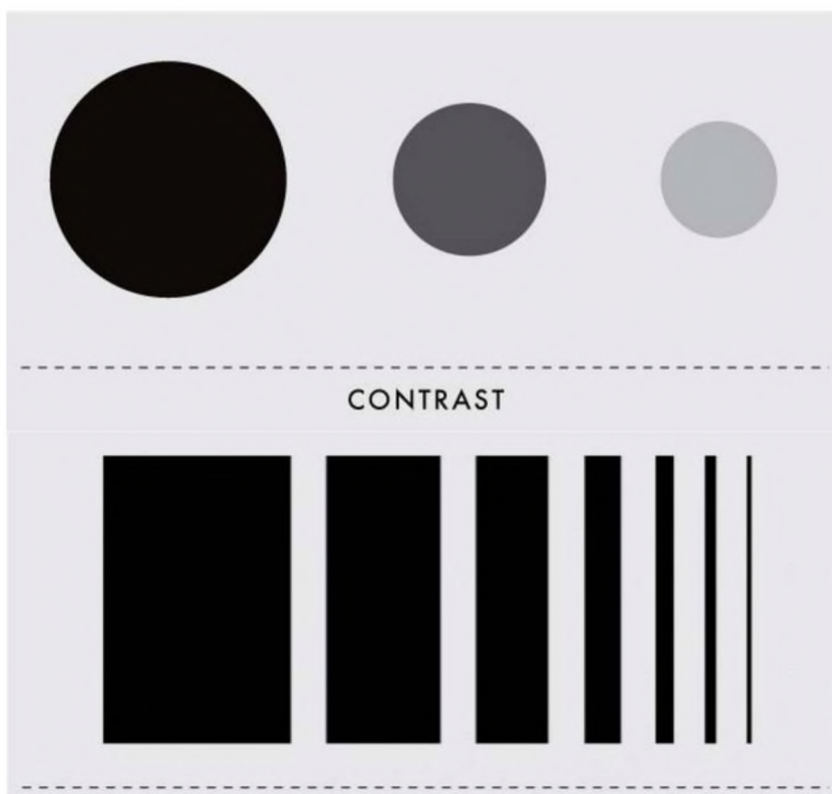


Рисунок 11. – Принцип контраста

В лабораторном практикуме осуществляется поиск в интернете контрастных сайтов и анализ их страниц (рисунок 12).



Рисунок 12. – Пример контраста на сайте
Внешний вид отчета по лабораторному практикуму №2
«Тестирование юзабилити» представлен на рисунке 13.

Отчет по лабораторной работе 2 «Тестирование юзабилити»

Студент Ф.И.О.

Группа номер группы

1. Проверьте сайт на соответствие принципу визуальной иерархии. Укажите номер выбранного сайта, напишите результат проверки.
Номер сайта:
Результат проверки:
2. Проверьте сайт на соответствие принципу золотого сечения. Укажите номер выбранного сайта, напишите результат проверки.
Номер сайта:
Результат проверки:
3. Проверьте сайт на соответствие принципу баланса. Укажите номер выбранного сайта, напишите результат проверки.
Номер сайта:
Результат проверки:
4. Проверьте сайт на соответствие принципу контраста. Укажите номер выбранного сайта, напишите результат проверки.
Номер сайта:
Результат проверки:
5. Зайдите на сайт . Найдите логотип сайта, вставьте его в отчет.

Рисунок 13. – Отчет по лабораторной работе 2 «Тестирование юзабилити»

Лабораторный практикум №3

Тема: Тестирование бизнес-логики.

Цель работы: Ознакомиться с тестированием бизнес-логики и интерфейса, выполнить проверку валидности форм, работоспособность капчи и регистрацию на сайте.

Задачи:

- проверка валидности форм;
- ввод некорректных символов в форму;
- проверка работоспособности капчи;

проверка поступления сообщения о регистрации на почту.

В лабораторном практикуме описываются способы тестирования заполняемых форм на сайтах и проверка работы процессов.

Внешний вид лабораторной работы представлен на рисунке 14.

3. Тестирование бизнес-логики

Лабораторные работы

Лабораторная работа 3 «Тестирование бизнес-логики»

Цель работы. Ознакомиться с тестированием бизнес-логики и интерфейса, выполнить проверку валидности форм, работоспособность капчи и регистрацию на сайте.

Задачи.

- Проверка валидности форм;
- Ввод некорректных символов в форму;
- Проверка работоспособности капчи;
- Проверка поступления сообщения о регистрации на почту.

Краткие теоретические сведения

БИЗНЕС-ЛОГИКА

Бизнес-логика - это описание отношений, поведения между элементами предметной области, процессов, происходящих в той сфере, которая реализуется в приложении, и правил, по которым эти процессы происходят.

В первую очередь в приложении реализуются уже на языке программирования основные понятия системы: объекты, классы или модели, описывающие сущности предметной области. А затем уже реализуется бизнес-логика, то есть процессы и правила.

1. Путь (URL)

Положительный эффект: после обработки данных формы пользователь должен попадать на некую "информативную страницу", т.е., например: пользователь хочет изменить количество заказанных товаров в корзине, он меняет число в соответствующем поле, кликает "Пересчитать", и должен оказаться снова на странице корзины. Проще всего достичь этого эффекта можно так: указать в атрибуте action тега form URL самой же страницы, на которой расположена форма.

Рисунок 14. – *Лабораторный практикум №2 «Тестирование бизнес-логики»*

Формы в общем случае делятся на два основных вида:

- однооконные формы – полностью (со всеми своими полями) расположены на одной странице;

- пошаговые формы – новые поля появляются (после загрузки новой страницы или в рамках старой с использованием JavaScript/AJAX) по мере заполнения уже показанных.

В рамках лабораторной работы проверяются заполняемые формы на соответствие различным критериям:

1. Путь (URL)

Положительный эффект: после обработки данных формы пользователь должен попадать на некую «информативную страницу», т.е., например:

пользователь хочет изменить количество заказанных товаров в корзине, он меняет число в соответствующем поле, кликает «Пересчитать», и должен оказаться снова на странице корзины. Проще всего достичь этого эффекта можно так: указать в атрибуте action тега form URL самой же страницы, на которой расположена форма.

Отрицательный эффект: вместо страницы корзины появляется надпись «Спасибо, операция выполнена успешно». В лучшем случае после этого происходит редирект на страницу корзины. В худшем – пользователю приходится нажимать в браузере Back и... видеть подхваченную из кэша страницу, на которой остались старые данные.

Месторасположение.

Положительный эффект: если форма расположена достаточно низко, сделана автоматическая прокрутка к форме.

Отрицательный эффект: страница с формой или результатами выполнения операции открывается в состоянии «вверху окна браузера – верх страницы». Форма или некоторая информация о выполненной операции видна частично или не видна вообще.

Ошибочные ситуации.

Положительный эффект: в случае, если пользователь ввёл некоторые данные некорректно (или не ввёл вообще), форма должна быть показана заново, и при этом все введённые данные (за исключением паролей и полей капчи) должны сохранять свои, в удобном для восприятия месте (чаще всего

сразу над формой) должна быть указана причина неудачи отправки данных.

Отрицательный эффект: Значения полей «обнуляются», Причина неудачи отправки данных не объяснена, ошибочно заполненные поля не указаны.

Значения полей и спецсимволы.

Положительный эффект: через поле, теоретически, могут быть введены любые символы. Из этого следует необходимость тщательной фильтрации данных перед передачей их в БД или иной приёмник.

Отрицательный эффект: пользователь заполняет поле неверно и проходит дальше. Внешний вид отчета по лабораторной работе №3 «Тестирование бизнес-логики» представлен на рисунке 15

Рисунок 15. – Отчет по лабораторной работе 3 «Тестирование бизнес-логики»

Отчет по лабораторной работе 3 «Тестирование бизнес-логики»

Студент Ф.И.О.

Группа номер группы

1. Посмотрите, исправно ли работают формы, вставьте скриншот.
Скриншот результата:
Заполните поля, в которых появились сообщения об ошибке, а поля в которых ее нет оставьте пустыми. Проверьте результат, вставьте скриншот.
Скриншот результата:
2. Введите некорректные символы в поля заполнения формы, проверьте результат, вставьте скриншот.
Скриншот результата:
3. Проверьте работоспособность капчи, обновите, введите неправильно. Вставьте скриншот каждого действия.
Скриншот результата:
4. Проверьте, поступило ли сообщение о подтверждении регистрации на почтовый ящик. Вставьте скриншот.
Скриншот результата:

Результат отправьте преподавателю.

Лабораторный практикум №4

Тема: Тестирование навигации.

Цель работы: Ознакомиться с тестированием навигации, понять способы перехода по сайту.

Задачи:

посчитать количество переходов до определенного места сайта;

протестировать поиск по сайту;

проверить навигацию кнопки «наверх»;

восстановить путь по адресной строке.

В лабораторной работе описываются способы тестирования навигации, процедуры перемещения пользователей из одного места в другое.

Внешний вид лабораторной работы представлен на рисунке 16.

4. Тестирование навигации

Лабораторные работы

Лабораторная работа 4 «Тестирование навигации»

Цель работы. Ознакомиться с тестированием навигации, понять способы перехода по сайту.

Задачи.

- Количество переходов до определенного места сайта;
- Тестирование поиска по сайту;
- Проверка кнопки «наверх»;
- Восстановление пути по адресной строке.

Краткие теоретические сведения

ТЕСТИРОВАНИЕ НАВИГАЦИИ

Помните, что наибольшее число посетителей любого сайта составляют неопытные пользователи Интернета. Им нужна возможность перемещаться по вашему сайту самым простым и быстрым способом.

Поэтому не пытайтесь поразить своих зрителей причудливой системой навигации. Напротив, создайте простую и функциональную систему. Подумайте, что более всего цените в любом Web-сайте вы лично. Вам нужно найти то, что вы ищете. То же самое нужно и вашим посетителям.

Процедуры перемещения посетителей из одного места сайта в другое ни в коем случае не должны быть испытанием для их терпения. Наоборот, такой переход должен вознаграждать посетителей ценной информацией и вызывать у них ощущения легкости и непринужденности, что побудит их задержаться на вашем сайте подольше - а не уходить из сайта с чувством разочарования и досады.

ДИНАМИЧЕСКАЯ НАВИГАЦИЯ

Навигация по странице должна подсказывать посетителю его следующее действие. К примеру, все мы привыкли, что при наведении указателя на элемент с видео, стрелочка меняется на указательный палец. Или при наведении курсора на текст, стрелка меняется на курсор-выделение.

Рисунок 16 – Лабораторный практикум №4 «Тестирование навигации».

Внешний вид отчета по лабораторной работе №4 «Тестирование навигации» представлен на рисунке 17.

Отчет по лабораторной работе 4 «Тестирование навигации»

Студент Ф.И.О.

Группа номер группы

1. Зайдите на сайт РГППУ. Откройте выпадающее меню, сделайте скриншот, вставьте его в отчет и напишите, удовлетворяет ли оно требованиям.
Скриншот:
Удовлетворяет ли требованиям: _____
2. Зайдите на сайт РГППУ. Перейдите в раздел «вопросы для собеседования», проследите количество переходов. Составьте последовательность переходов до этого раздела.
Последовательность переходов: _____
3. Зайдите на сайт РГППУ. Сделайте скриншот главной страницы, выделите главную информацию, которую видит пользователь в первую очередь, вставьте в отчет.
Скриншот:
4. Зайдите на сайт РГППУ. Найдите раздел «стипендии» в поиске по сайту, в поиске укажите «Приказ о стипендиальном обеспечении». Вставьте скриншот страницы с результатами поиска и скриншот страницы с разделом «стипендии».
Скриншот с результатами поиска:
Скриншот страницы:

Рисунок 17. – *Лабораторный практикум №4 «Тестирование навигации»*

Внешний вид отчета по лабораторной работе №4 «Тестирование навигации» представлен на рисунке 18.

Отчет по лабораторной работе 4 «Требование навигации»

Студент Ф.И.О.

Группа номер группы

1. Зайдите на сайт «Синергия». Откройте выпадающее меню, сделайте скриншот, вставьте его в отчет и напишите, удовлетворяет ли оно требованиям.
Скриншот:
Удовлетворяет ли оно требованиям _____
2. Зайдите на сайт «Синергия». Перейдите в раздел «расписание», проследите количество переходов до этого раздела.
Последовательность переходов _____
3. Зайдите на сайт «Синергия». Сделайте скриншот главной страницы, выделите главную информацию, которую видит пользователь, вставьте в отчет.
Скриншот:
4. Зайдите на сайт «Синергия». Найдите раздел «Стипендии и иные виды материальной поддержки» в поиске по сайту, в поиске укажите «Приказ о стипендиальном обеспечении». Вставьте скриншот страницы с результатом поиска и скриншот страницы с разделом «Стипендии и иные виды материальной поддержки».
Скриншот с результатами поиска:
Скриншот страницы:

Рисунок 18. – *Отчет по лабораторной работе 4 «Тестирование навигации»*

Лабораторный практикум №5

Тема: Кроссбраузерное тестирование.

Цель работы: Ознакомиться с кроссбраузерным тестированием, провести ручное тестирование на нескольких браузерах.

Задачи:

выбор браузеров для тестирования;

тестирование сайта в различных браузерах.

В лабораторной работе описываются способы тестирования отображения Web-приложения в различных браузерах, на примере самых популярных. Проверяется совместимость в цвете, шрифтах, расположении картинок и других элементов.

Для выполнения работы студенты должны скачать и установить различные версии браузеров или воспользоваться отдельным сервисом позволяющим поэкспериментировать со стилями для просмотра.

Внешний вид лабораторной работы представлен на рисунке 19.

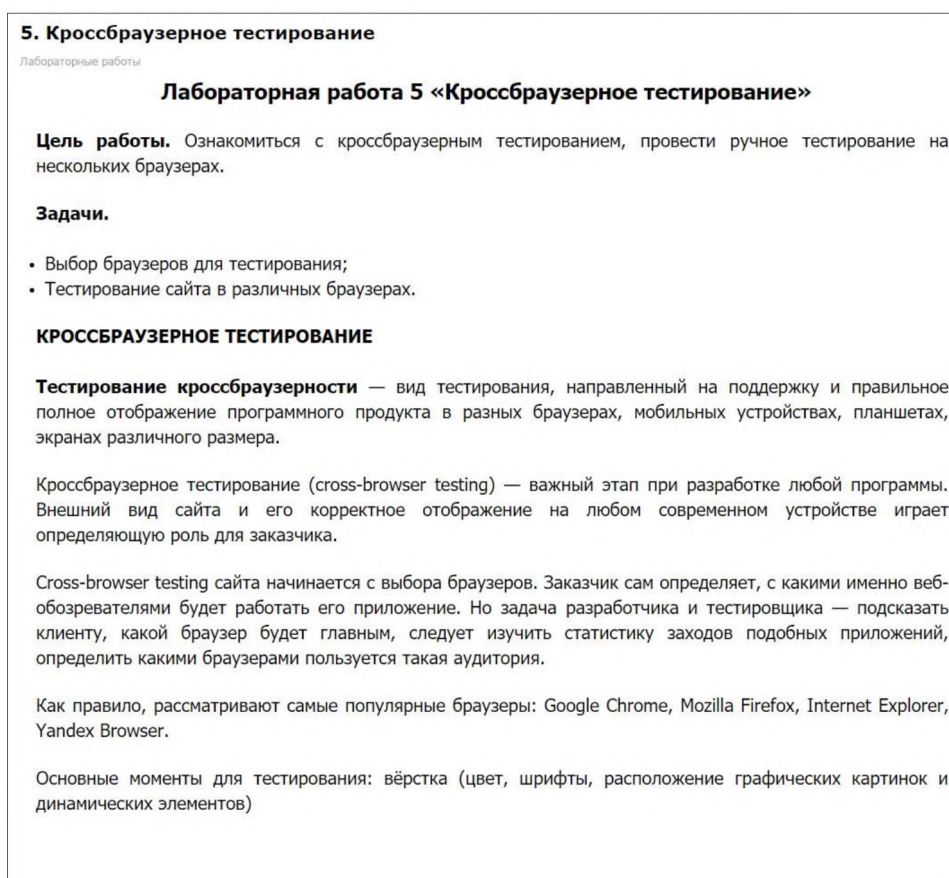


Рисунок 19. — Лабораторный практикум №5 «Кроссбраузерное тестирование».

Внешний вид отчета по лабораторному практикуме №5 «Кроссбраузерное тестирование» представлен на рисунке 20.

Отчет по лабораторной работе 5 «Кроссбраузерное тестирование»

Студент Ф.И.О.

Группа номер группы

1. Откройте в каждом браузере сайт «Смертия». Сделайте скриншот главной страницы в каждом браузере.

Скриншот в браузере Google Chrome:

Скриншот в браузере Mozilla Firefox:

Скриншот в браузере Internet Explorer:

Скриншот в браузере Yandex Browser:

2. Протестируйте сайт «Смертия» разрешениях (вставьте скриншот каждого результата):

800x600:

1366x768:

240x320:

320x480:

Рисунок 20.— Отчет по лабораторному практикуму № 5 «Кроссбраузерное тестирование».

Блок «Контроль»

В разделе содержится ссылка на скачивание отчетов, необходимых для выполнения заданий в лабораторных работах, а так же ссылка на скачивание примеров анкет по оценке сайта.

Внешний вид раздела «Контроль» представлен на рисунке 21. Присутствует таблица со списком сайтов, которые нужно протестировать в ходе выполнения лабораторных работ.

Контроль

Отчеты по лабораторным работам, [СКАЧАТЬ](#).

Анкеты для оценки сайта, [СКАЧАТЬ](#).

Список сайтов для тестирования:

№ сайта	URL адрес сайта
1	https://vtz.tmk-group.ru
2	https://printomat.ru
3	http://copy.spb.ru/pechat_1_chtamp
4	http://armorgames.com
5	https://shikimori.org
6	http://krol96.ru
7	http://www.chelpipe.ru
8	http://www.zolotoy-venec.ru
9	http://www.ramzavod.ru/metallokonstrukcii
10	http://www.autouma.ru
11	http://eastinvest.ru
12	http://www.artfacet.ru
13	http://online.anidub.com
14	http://avant-service.ru
15	http://yummyanime.com

[Главная](#) | [Пед. адрес](#) | [Рекомендации](#) | [Лабораторные работы](#) | [Контроль](#) | [Сервисы](#) | [Главная Карта Сайта](#)

Рисунок 21 – Внешний вид раздела контроль

Примеры анкет необходимы для анализа сторонних сайтов и оценке качества подготовки анкет другими специалистами (рисунок 30).

Могут быть использованы брифы – краткая письменная форма согласительного порядка между планирующими сотрудничать сторонами, в которой прописываются основные параметры будущего программного, графического, медийного или какого-либо иного проекта.

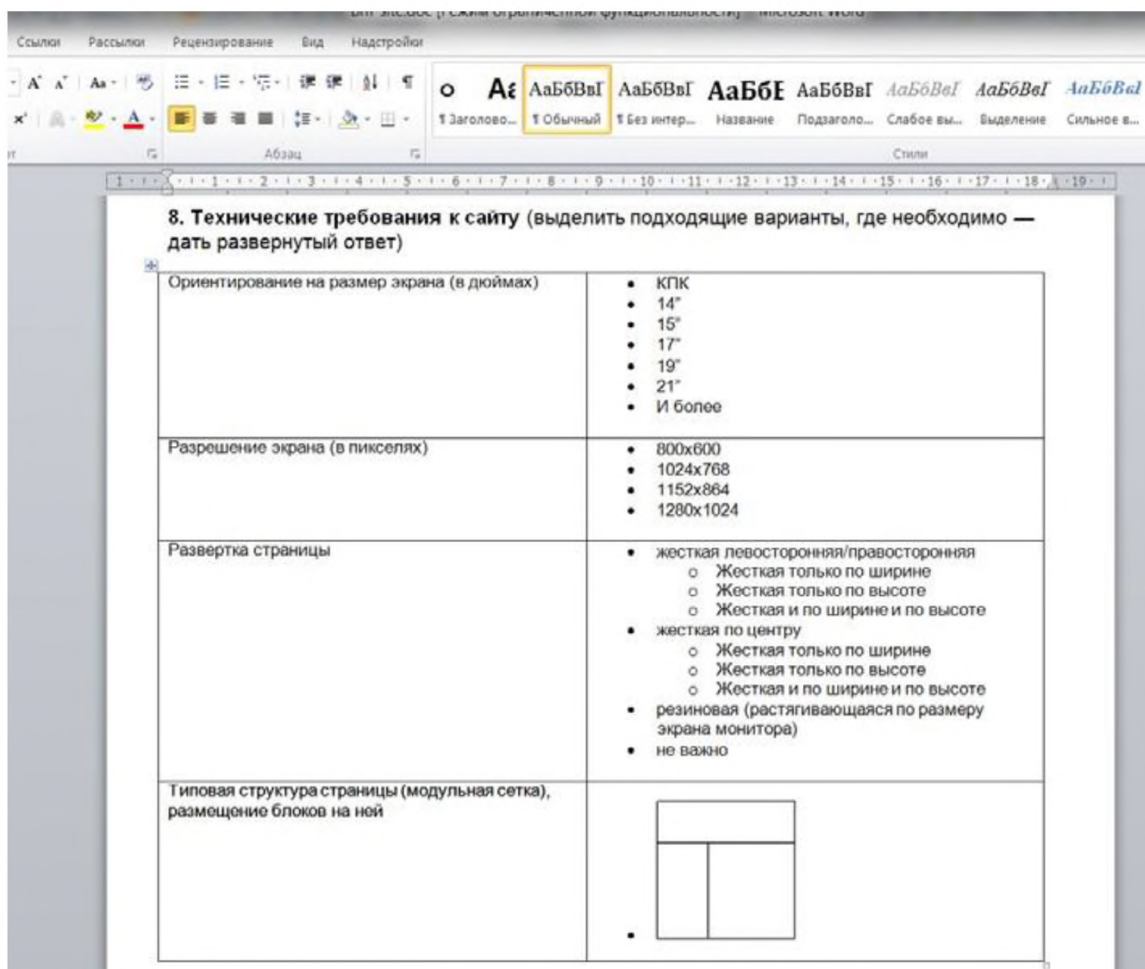


Рисунок 22. – Пример анкеты

Также был сформирована интерактивная анкета с использованием сервиса Survio, которые студенты должны заполнить и создать свои аналогичные анкеты (рисунок 23).

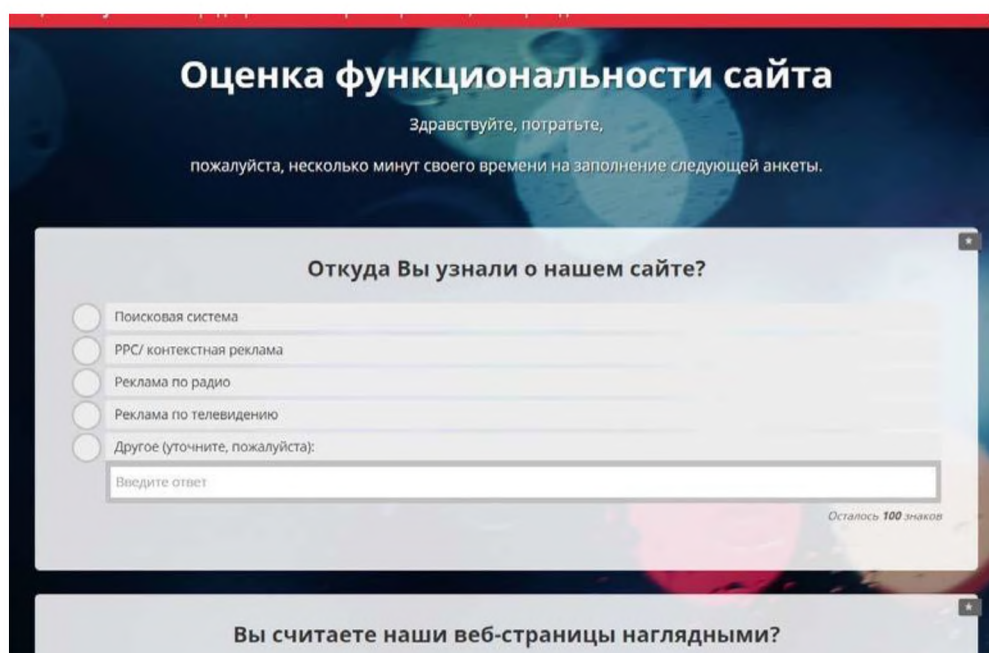


Рисунок 23 – Пример интерактивной анкеты

Блок «Сервисы»

Для более профессиональной оценки сайта был подготовлен раздел со ссылками на внешние ресурсы, которые после ввода адресной строки сайта помогут оценить качество сайта автоматически.

Внешний вид раздела сервисы представлен на рисунке 24.

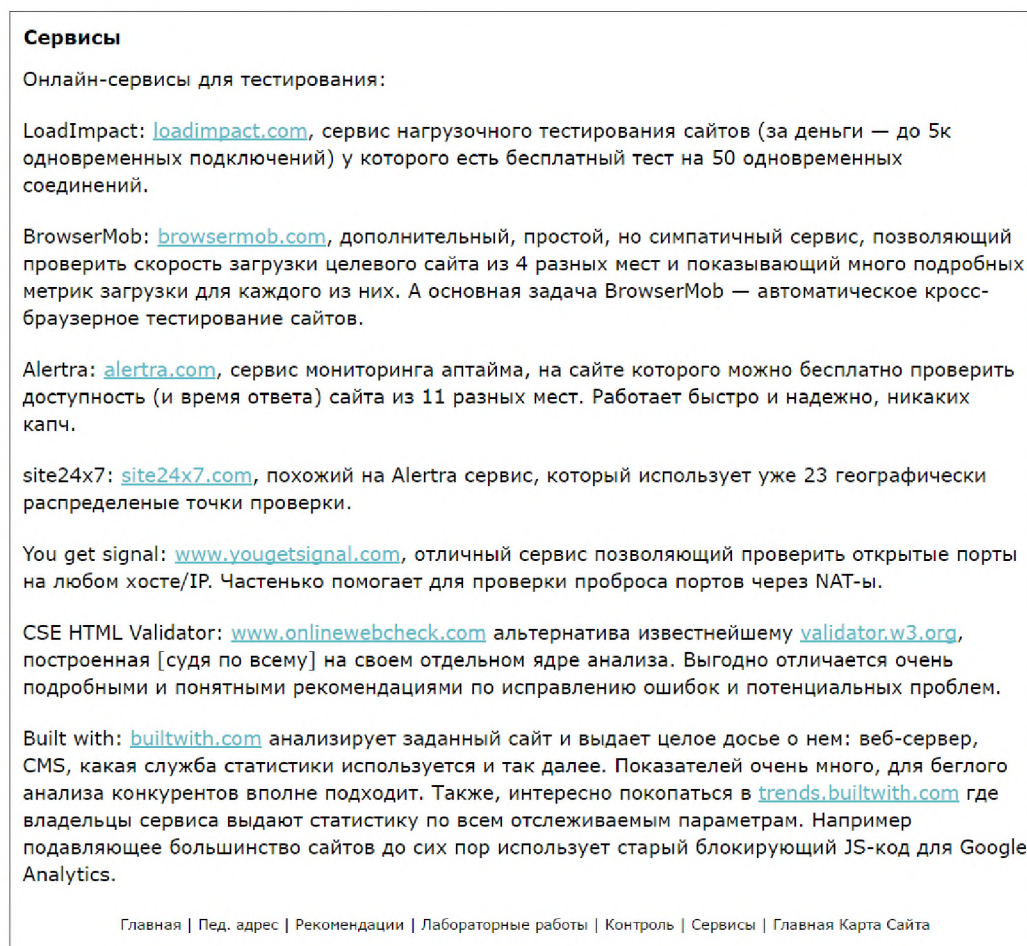


Рисунок 24. – Внешний вид раздела сервисы

В разделе присутствуют сервисы для тестирования, такие как:

LoadImpact: (loadimpact.com) – сервис нагрузочного тестирования сайтов.

BrowserMob (browsermob.com) – сервис позволяющий проверить скорость загрузки целевого сайта из 4 разных мест и показывающий много подробных метрик загрузки для каждого из них. А основная задача BrowserMob — автоматическое кросс-браузерное тестирование сайтов.

Alertra (alertra.com) – сервис мониторинга аптайма, на сайте которого можно бесплатно проверить доступность (и время ответа) сайта из 11 разных мест.

site24x7 (site24x7.com) – похожий на Alertra сервис, который использует 23 географически распределенные точки проверки.

You get signal (www.yougetsignal.com) – сервис позволяющий проверить открытые порты на любом хосте/IP. Помогает для проверки проброса портов через NAT-ы.

CSE HTML Validator (www.onlinewebcheck.com) – альтернатива известнейшему validator.w3.org, построенная на своем отдельном ядре анализа. Выгодно отличается очень подробными и понятными рекомендациями по исправлению ошибок и потенциальных проблем.

Built with: builtwith.com анализирует заданный сайт и выдает целое досье о нем: веб-сервер, CMS, какая служба статистики используется и так далее.

7.2. Описание оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
<p>Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:</p> <p>Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов</p> <p>«Зачтено»</p> <p>– 90-100 – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>– 70 -89 – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>– 50 - 69 – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.</p> <p>«Не зачтено»</p> <p>– менее 50 – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены.</p>

Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся

Задания 1 типа.

1. Определение интернет-маркетинга как части маркетинга. Основные

элементы и особенности.

2. Поиск свободных ниш. Анализ и критерии принятия решения по открытию проекта.
3. Принципы и особенности составления бизнес-плана по Интернет-проекту.
4. Основные подходы к дизайну и usability Интернет-проектов.
5. Ценообразование товаров и услуг в Интернете. Политика ценообразования с низкой и высокой маржой.
6. Медийная реклама. Баннеры. Параметры эффективности.
7. Продвижение проектов в социальных сетях. Основные методы и критерии эффективности.
8. Вирусное продвижение проектов. Примеры удачных вирусов.
9. Поисковое продвижение. Основные методы, понятия и критерии эффективности.
10. Прямой маркетинг. Основные методы и критерии эффективности.
11. Закупка новостного трафика. Источники, критерии эффективности.
12. Контекстная реклама. Преимущества и недостатки данного вида продвижения. Источники, критерии эффективности.
13. Принципы и критерии участия интернет-магазинов в Яндекс.Маркете.
14. Мобильные сервисы. Создание. Монетизация. Критерии эффективности.
15. Основные системы статистики. Отличительные особенности. Преимущества и недостатки каждой.
16. Предназначение, состав и специфика отчетов TNS и Гэллоп Медиа для оценки размера и состава аудитории.
17. Понятие целевой аудитории. Принципы удержания и наращивания аудитории. Примеры якорных сервисов. Ключевые ошибки.
18. Ведущие игроки рынка платежных систем. Особенности, преимущества и недостатки каждого.
19. Основные этапы разработки маркетинговой стратегии
20. Дайте определение и охарактеризуйте понятие «электронный маркетинг». Опишите объектов и субъектов маркетинговой деятельности на электронном рынке.
21. Элементы комплекса электронного маркетинга. Основные понятия и характеристики.
22. Сеть Интернет как канал распределения. Характеристика и функции его участников.
23. Сеть Интернет как канал коммуникации. Отличия сети Интернет как канала коммуникации от традиционных каналов маркетинговых коммуникаций.
24. Реклама в сети Интернет. Особенности рекламы. Рекламные носители. Ценовые модели размещения рекламы.
25. Реклама с использованием электронной почты (e-mail реклама). Списки рассылки. Дискуссионные листы. Индивидуальные письма. Преимущества и недостатки e-mail рекламы.
26. Сеть Интернет как дополнительный канал распределения. Каналы

распределения товаров и услуг. Виды и уровни каналов распределения.

27. Сеть Интернет как дополнительный канал распределения. Посредники в структуре каналов распределения.

28. Маркетинговые исследования в сети Интернет. Структура аудитории. Виды и методы маркетинговых исследований.

29. Цифровой бренд и брендинг. Характеристика основных понятий и особенности их проявления на электронном рынке.

Задания 2 типа

1. Предложите [стратегию продвижения в социальных сетях](#) для выбранного бренда.
2. Оцените представленный [видео-контент в социальных сетях](#)
3. Возможно ли сохранять ссылки в соцсетях, чтобы посмотреть позже
4. Как осуществить подписку не на друга
5. Как получать и отправлять письма пользователям на электронную почту @facebook.com
6. Можно ли менять порядок разделов страницы? Если да, то как это сделать?
7. Как осуществить сохранение свои данные с Facebook.
8. Можно ли в чатах передавать не только фото, но и другие файлы? Если да, то как это сделать?
9. Как вставить публикацию Facebook на страницу своего сайта
10. Как создать свою коллекцию в Twitter
11. Как создать Фотоколлажи в Twitter
12. Как отправить личное сообщение в Twitter, при отсутствии сети интернет
13. Как на время заблокировать страницу в Twitter
14. Правила работы с доской в Instagram
15. Как сохранить фотографию с Instagram
16. Как сделать коллаж из изображений
17. Как репостить фото из Instagram

Задания 3 типа

1. Определить аудиторию корпорации в социальных сетях. Обосновать присутствие в конкретных сетях.

2. Зачем необходимо присутствие в соцсетях вашему бизнесу? Обосновать цель и коммуникационную стратегию.

3. Чем больше лайков, тем лучше — именно таким принципом руководствуются многие специалисты по маркетингу в социальных медиа. Маркетологи мечтают о большем количестве социальных интеракций и полагают, что лайки — адекватный показатель популярности бизнеса. Но неужели они так важны? Разве ажиотаж вокруг бренда в социальных сетях определяет его доходы? Дать обоснование на конкретном примере.

4. Поддержание активности в соцсетях требует невероятных затрат времени. Оставаться креативными и оригинальными — одна из наиболее сложных задач социального маркетинга. Предложите менее затратные

тактики.

5. В попытке пробиться сквозь «информационный шум» к аудитории многие компании выбирают тактику частых постов. Для некоторых это может работать, но порой фолловеров раздражают назойливые уведомления о публикациях. Предложите свои варианты эффективного влияния на аудиторию.