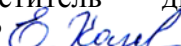


**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
**«ТЮМЕНСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
**ТОБОЛЬСКИЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ (филиал)**

**УТВЕРЖДАЮ**

Заместитель директора по  
УМР  Е. В. Казакова

«29» августа 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

дисциплины: Инструменты веб-коммуникаций

направление подготовки: 15.03.04 Автоматизация технологических процессов и производств

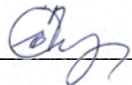
направленность: Автоматизация технологических процессов и производств в нефтяной и газовой промышленности

форма обучения: очная, заочная

Рабочая программа разработана для обучающихся по направлению подготовки 15.03.04 «Автоматизация технологических процессов и производств», направленность «Автоматизация технологических процессов и производств в нефтяной и газовой промышленности».

Рабочая программа рассмотрена  
на заседании кафедры естественнонаучных и гуманитарных дисциплин.

Заведующий кафедрой  С.А. Татьяненко

СОГЛАСОВАНО:  
И.о. зав. кафедрой  Е.С. Чижикова  
«29» августа 2022 г.

Рабочую программу разработал:  
Старший преподаватель  А. А. Ольштейн

Ассистент  Н.В. Ваулина

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

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

Задачи дисциплины:

- познакомить с основными понятиями в сфере цифровой коммуникации;
- развитие практических навыков работы по размещению и проведению рекламных кампаний в интерфейсах рекламных систем;
- использовать стратегии цифровой коммуникации в соответствии с задачами профессиональной деятельности;
- развить навыки делового и межличностного общения в цифровой среде;
- познакомить с технологиями цифрового маркетинга;
- сформировать представление о правилах цифрового этикета.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Инструменты веб-коммуникаций» относится к дисциплинам общеуниверситетского блока элективных дисциплин по теме «Цифровая инженерия».

Необходимыми условиями для освоения дисциплины являются:

Знание: - коммуникационных маркетинговых технологий.

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

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

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

## 3. Результаты обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Таблица 3.1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (бакалавриат)	УК-1.1. Осуществляет выбор актуальных российских и зарубежных источников, а также поиск, сбор и обработку информации, необходимой для решения поставленной задачи.	Знать. Основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода
		Уметь, применять методики поиска, сбора, обработки информации, системный подход для решения поставленных задач и осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из актуальных российских и зарубежных источников
		Владеть, методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации, методикой системного подхода для решения поставленных задач.

УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий (специалитет)	УК-1.1. Анализирует проблемную ситуацию (задачу) и выделяет ее базовые составляющие.	Знать. Основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода
		Уметь. Осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации.
		Владеть методологией системного и критического анализа проблемных ситуаций.

#### 4. Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Таблица 4.1

Форма обучения	Курс/ семестр	Аудиторные занятия/контактная работа, час.			Самостоятельная работа, час.	Контроль, час.	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия			
очная	2/4	16	-	32	60	0	зачет
заочная	2/4	6	-	8	90	4	зачет

#### 5. Структура и содержание дисциплины

##### 5.1. Структура дисциплины.

##### очная форма обучения (ОФО)

Таблица 5.1.1

№ п/п	Структура дисциплины		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства	Макс. количество баллов
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.					
1	1	Реклама в социальных сетях как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы.	4	-	8	15	27	УК-1.1	лабораторная работа, тест	20 10
2	2	Контекстная реклама как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы, подбор инструментов, выбор механик, работа с интерфейсами систем закупки контекстной рекламы	4	-	8	15	27	УК-1.1	лабораторная работа	20
3	3	Анализ результатов и оптимизация рекламных кампаний.	4	-	8	15	27	УК-1.1	лабораторная работа	20
4	4	Программатик-реклама: терминология, экосистема, принципы работы, программатик со стороны рекламодателя, российский рынок программатика и его составляющие.	4	-	8	15	27	УК-1.1	лабораторная работа, творческое задание	20 10

5	Зачет	-	-	-	-	-	УК-1.1	Вопросы к зачету	
								ИТОГО баллов по компетенции УК-1	100
Итого:		16		32	60	108			100

### заочная форма обучения (ЗФО)

Таблица 5.1.2

№ п/п	Структура дисциплины/модуля		Аудиторные занятия, час.			СРС, час.	Всего, час.	Код ИДК	Оценочные средства	Макс. количество баллов
	Номер раздела	Наименование раздела	Л.	Пр.	Лаб.					
1	1	Реклама в социальных сетях как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы.	2	-	2	22	26	УК-1.1	лабораторная работа	15
2	2	Контекстная реклама как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы, подбор инструментов, выбор механик, работа с интерфейсами систем закупки контекстной рекламы	1	-	2	23	26	УК-1.1	лабораторная работа	15
3	3	Анализ результатов и оптимизация рекламных кампаний.	2	-	2	22	26	УК-1.1	лабораторная работа	15
4	4	Программатик-реклама: терминология, экосистема, принципы работы, программатик со стороны рекламодателя, российский рынок программатика и его составляющие.	1	-	2	23	26	УК-1.1	лабораторная работа, контрольная работа	15 20
5	Зачет		-	-	-	4	4	УК-1.1	Вопросы к зачету	20
									ИТОГО баллов по компетенции УК-1	100
Итого:			6	-	8	94	108			100

**очно-заочная форма обучения (ОЗФО)** - не реализуется.

5.2. Содержание дисциплины.

5.2.1. Содержание разделов дисциплины (дидактические единицы).

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

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

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

Базовая терминология и принципы работы контекстной рекламы. Обзор систем контекстной рекламы в России – Яндекс.Директ. Метод закупки и аукцион. Доступные

механики и таргетинги. Правила размещения материалов. Законодательные ограничения. Обзор интерфейса Яндекс.Директ. Обработка брифа, подготовка медиаплана. Подбор ключевых слов и написание текстов. Загрузка рекламных кампаний в интерфейсы. Базовые настройки кампаний.

### Раздел 3. Анализ результатов и оптимизация рекламных кампаний.

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

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

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

## 5.2.2. Содержание дисциплины по видам учебных занятий.

### Лекционные занятия

Таблица 5.2.1

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема лекции
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	1	4	2		Реклама в социальных сетях как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы.
2	2	4	1		Контекстная реклама как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы, подбор инструментов, выбор механик, работа с интерфейсами систем закупки контекстной рекламы.
3	3	4	2		Анализ результатов и оптимизация рекламных кампаний.
4	4	4	1		Программатик-реклама: терминология, экосистема, принципы работы, программатик со стороны рекламодателя, российский рынок программатика и его составляющие
Итого:		16	6		

### Практические занятия

*Практические занятия учебным планом не предусмотрены*

### Лабораторные работы

Таблица 5.2.2

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Наименование лабораторной работы
		ОФО	ЗФО	ОЗФО	
1	1	8	2		Реклама в социальных сетях как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы.
2	2	8	2		Контекстная реклама как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы, подбор инструментов, выбор

					механик, работа с интерфейсами систем закупки контекстной рекламы.
3	3	8	2		Анализ результатов и оптимизация рекламных кампаний.
4	4	4	1		Программатик-реклама: терминология, экосистема, принципы работы, программатик со стороны рекламодателя, российский рынок программатика и его составляющие
5	4	4	1		
Итого:		32	8		

### Самостоятельная работа студента

Таблица 5.2.3

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем, час.			Тема	Вид СРС
		ОФО	ЗФО	ОФО		
1	1	15	22		Реклама в социальных сетях как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы.	подготовка к лабораторным работам
2	2	15	23		Контекстная реклама как метод закупки: терминология, экосистема, принципы работы, подбор инструментов, выбор механик, работа с интерфейсами систем закупки контекстной рекламы.	подготовка к лабораторным работам
3	3	15	22		Анализ результатов и оптимизация рекламных кампаний.	подготовка к лабораторным работам
4	4	15	23		Программатик-реклама: терминология, экосистема, принципы работы, программатик со стороны рекламодателя, российский рынок программатика и его составляющие	подготовка к лабораторным работам
Итого:		60	90			

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

- информационно-коммуникационные образовательные технологии (лекция-визуализация);
- интерактивные технологии (дискуссия, работа в малых группах);
- информационные технологии (использование электронных образовательных ресурсов, размещенных в системе EDUCON).

## 6. Тематика курсовых работ/проектов

Курсовые работы/проекты учебным планом не предусмотрены.

## 7. Контрольные работы

7.1. Методические указания для выполнения контрольных работ.

Контрольная работа занимает важное место в межсессионных занятиях обучающихся заочной формы обучения. Главная цель ее – помочь обучающемуся глубже усвоить отдельные вопросы программы, привить навыки самостоятельной работы с историческими источниками и литературой.

Контрольная работа по дисциплине выполняется в форме реферата.

Реферат (от лат. refero - докладываю, сообщаю) – краткое изложение в письменном виде или в форме публичного выступления содержания книги, научной работы, результатов изучения научной проблемы; доклад на определённую тему, включающий обзор соответствующих литературных и других источников. Как правило, реферат имеет научно-информационное назначение, это лишь краткое изложение чужих научных выводов. Этим реферат отличается от курсовой и выпускной квалификационной работы, которые представляют собой собственное исследование обучающегося.

Основная цель реферата – дать четкое представление о характере и ценности работы, степени необходимости обращения к ней.

Структура реферата включает в себя:

1. Оглавление, т. е. план реферата – перечень проблем, которые в реферате раскрываются. Пункты плана нумеруются, и указывается номер страницы, на котором они расположены.
2. Введение, в котором обосновывается актуальность темы, формулируется цель работы, дается краткий обзор литературы.
3. Основную часть, где излагаются точки зрения на решение проблемы авторов, чьи работы были использованы, и собственная позиция по реферируемой теме.
4. Заключение – здесь формулируются общие выводы.
5. Список использованной литературы (в том числе электронные ресурсы).

## 7.2. Тематика контрольных работ.

1. Стратегическое и тактическое планирование
2. Этапы планирования
3. Бриф vs Реальность. Адаптация запросов под рекламные кабинеты
4. Охватные и performance кампании. Определение показателей и инструментария
5. «Прогнозаторы» рекламных кабинетов
6. Пиксели систем. Думаем о будущем
7. Рекламные креативы. Ограничения
8. Сегментация. Оптимизация кампаний до запуска
9. Базовые настройки. Механика откруток. Получаем больше дешевле.
10. Нейминг – основа для оптимизации. Динамическая разметка utm-меток
11. Цели кампаний и выбор показателей для анализа
12. Построение кастомных отчетов
13. Выявление точек роста и слабых мест кампании

## 8. Оценка результатов освоения дисциплины

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

Оценка освоения дисциплины «Инструменты веб-коммуникаций» предусматривает использование рейтинговой системы. Нормативный рейтинг дисциплины за семестр составляет 100 баллов. По итогам семестра баллы рейтинга переводятся в пятибалльную систему по следующей шкале: 91-100 баллов – «отлично»; 76-90 балла – «хорошо»; 61-75 баллов – «удовлетворительно»; 60 баллов и менее – «неудовлетворительно».

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

Таблица 8.1



№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1	2	3
1 текущая аттестация		
1.1	Лабораторная работа	0-20
1.2	Тест	0-10
	ИТОГО за первую текущую аттестацию	0-30
2 текущая аттестация		
2.1	Лабораторная работа	0-20
2.2	Лабораторная работа	0-20
	ИТОГО за вторую текущую аттестацию	0-40
3 текущая аттестация		
3.1	Лабораторная работа	0-20
3.2	Творческое задание	0-10
	ИТОГО за третью текущую аттестацию	0-30
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>

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

Таблица 8.2

№ п/п	Виды мероприятий в рамках текущего контроля	Количество баллов
1.	Лабораторная работа	0-15
2.	Лабораторная работа	0-15
3.	Лабораторная работа	0-15
4.	Лабораторная работа	0-15
5.	Контрольная работа	0-20
6.	Тест	0-20
	<b>ВСЕГО</b>	<b>100</b>

## 9. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

9.1. Перечень рекомендуемой литературы представлен в Приложении 2.

9.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Электронный каталог/Электронная библиотека ТИУ – <http://webirbis.tsogu.ru/>
2. Электронно-библиотечной система «IPRbooks» – <http://www.iprbookshop.ru/>
3. Электронная нефтегазовая библиотека РГУ нефти и газа им. Губкина (Российский государственный университет нефти и газа им. И.М. Губкина) – <http://elib.gubkin.ru/>
4. Электронная библиотека УГНТУ (Уфимский государственный нефтяной технический университет) – <http://bibl.rusoil.net>
5. Электронная библиотека УГТУ (Ухтинский государственный технический университет) – <http://lib.ugtu.net/books>
6. Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU – <http://www.elibrary.ru>
7. Электронно-библиотечная система «Лань» – <https://e.lanbook.com>
8. Электронно-библиотечная система «Консультант студента» – [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
9. Электронно-библиотечная система «Book.ru» – <https://www.book.ru/>

10. Электронная библиотека ЮРАЙТ – <https://urait.ru/>

11. Система поддержки дистанционного обучения – <https://educon2.tyuiu.ru>

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

- MSOffice (Microsoft Office Professional Plus);
- MSWindows;
- Zoom;
- Яндекс Директ.

## 10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Таблица 10.1

№ п/п	Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3	4
1.1.	Инструменты веб-коммуникаций	<p>Лекционные занятия: Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран. Программное обеспечение: MicrosoftOfficeProfessionalPlus, MicrosoftWindows, Zoom (бесплатная версия), свободно распространяемое ПО.</p> <p>Лабораторные занятия: Учебная аудитория (компьютерный класс) для проведения занятий; групповых и индивидуальных консультаций; текущего контроля и промежуточной аттестации. Оснащенность: Учебная мебель: столы, стулья, доска аудиторная. Компьютер в комплекте, проектор, проекционный экран. Программное обеспечение: MicrosoftOfficeProfessionalPlus, MicrosoftWindows, Zoom (бесплатная версия), Свободно- распространяемое ПО, доступ на Яндекс Директ</p>	<p>626158, Тюменская область, г. Тобольск, Зона ВУЗов, №5, корп. 1</p> <p>626158, Тюменская область, г. Тобольск, Зона ВУЗов, №5, корп. 1</p>

## 11. Методические указания по организации СРС

### 11.1. Методические указания по организации самостоятельной работы.

Самостоятельная работа является одной из важнейших форм изучения любой дисциплины. Она позволяет систематизировать и углубить теоретические знания, закрепить умения и навыки, способствует развитию умений пользоваться научной и учебно-методической литературой. Познавательная деятельность в процессе самостоятельной работы требует от обучающегося высокого уровня активности и самоорганизованности.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы: аудиторная и внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся представляет собой логическое продолжение аудиторных занятий. Затраты времени на выполнение этой работы регламентируются рабочим учебным планом. Режим работы выбирает сам обучающийся в зависимости от своих способностей и конкретных условий.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или с группой в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся.

Самостоятельная работа включает в себя работу с конспектом лекций; изучение и конспектирование рекомендуемой литературы; подготовку мультимедиа-сообщений/докладов; подготовку реферата; тестирование; решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, выполнение чертежей, схем, расчетов (графических работ), решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовку к деловым играм и др.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу обучающихся по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

11.2. Лабораторные работы составляют важную часть профессиональной подготовки студентов. Они направлены на экспериментальное подтверждение теоретических положений и формирование учебных и профессиональных практических умений. Выполнение студентами лабораторных работ направлено на следующие цели:

- обобщение, систематизацию, углубление, закрепление полученных теоретических знаний по конкретным темам дисциплин;

- формирование необходимых профессиональных умений и навыков.

Содержание лабораторных работ в рамках дисциплины и количество отводимых на выполнение академических часов приведены в разделе 4 настоящей рабочей программы дисциплины. Состав заданий для лабораторной работы спланирован с таким расчетом, чтобы за отведенное время они могли быть качественно выполнены большинством обучающихся. Необходимыми структурными элементами лабораторной работы, помимо самостоятельной деятельности студентов, являются инструктаж, проводимый преподавателем, а так же организация обсуждения итогов выполнения лабораторной работы.

После выполнения работы для каждой лабораторной работы предусмотрена процедура защиты, в ходе которой преподаватель проводит опрос обучающихся для контроля понимания выполненных ими заданий по теме занятия. Указания в рамках подготовки к промежуточной аттестации при подготовке к зачету в дополнение к изучению конспектов лекций, учебных пособий, слайдов и другого раздаточного материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины, необходимо пользоваться учебной литературой, рекомендованной к настоящей

рабочей программе. При подготовке к зачету нужно изучить теорию: определения всех понятий и подходы к оцениванию до состояния понимания материала.

### Планируемые результаты обучения для формирования компетенции и критерии их оценивания

Дисциплина: Инструменты веб-коммуникаций

Код, направление подготовки: 15.03.04 Автоматизация технологических процессов и производств

направленность: Автоматизация технологических процессов и производств в нефтяной и газовой промышленности

Код компетенции	Код, наименование ИДК	Код и наименование результата обучения по дисциплине (модулю)	Критерии оценивания результатов обучения			
			1-2	3	4	5
УК-1.	УК-1.1. Осуществляет выбор актуальных российских и зарубежных источников, а также поиск, сбор и обработку информации, необходимой для решения поставленной задачи.	Знать З1.Основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода	Не знает основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода	Знает основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода, допуская ряд ошибок	Знает основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода, допуская незначительные ошибки	В совершенстве знает принципы основные методы критического анализа и основы системного подхода как общенаучного метода
		Уметь У1.Осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации.	Не умеет осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации	Частично умеет осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации	Умеет осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации, допуская незначительные ошибки	В совершенстве умеет осуществлять поиск необходимой для решения поставленной задачи информации, критически оценивая надежность различных источников информации

**КАРТА**  
**обеспеченности дисциплины учебной и учебно-методической литературой**

Дисциплина: Инструменты веб-коммуникаций

Код, направление подготовки: 15.03.04 Автоматизация технологических процессов и производств

направленность: Автоматизация технологических процессов и производств в нефтяной и газовой промышленности

№ п/п	Название учебного, учебно-методического издания, автор, издательство, вид издания, год издания	Количество экземпляров в БИК	Контингент обучающихся, использующих указанную литературу	Обеспеченность обучающихся литературой, %	Наличие электронного варианта в ЭБС (+/-)
1	PR-дизайн и PR-продвижение [Электронный ресурс] : Учебное пособие / В. О. Шпаковский, Е. С. Егорова. - PR-дизайн и PR-продвижение, 2023-09-10. - Москва : Инфра-Инженерия, 2018. - 452 с.	ЭР	30	100	+
2	Интернет-журналистика и интернет-реклама [Электронный ресурс] : Учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова. - Интернет-журналистика и интернет-реклама, 2023-09-10. - Москва : Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с.	ЭР	30	100	+
3	Шевченко, Д. А. Основы современного маркетинга : учебник / Д. А. Шевченко. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2021. — 604 с. — ISBN 978-5-394-03977-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/229598">https://e.lanbook.com/book/229598</a> — Режим доступа: для авториз. пользователей.	ЭР	30	100	+
4	Ильяшенко, С. Б. Коммуникативная политика розничных торговых предприятий : учебное пособие / С. Б. Ильяшенко, Е. Ю. Депутатова, А. О. Зверева. — Москва : Дашков и К, 2020. — 144 с. — ISBN 978-5-394-03702-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/229373">https://e.lanbook.com/book/229373</a> — Режим доступа: для авториз. пользователей.	ЭР	30	100	+

**Дополнения и изменения  
к рабочей программе дисциплины  
Инструменты веб-коммуникаций  
на 2023-2024 учебный год**

Дополнения и изменения в рабочую программу не вносятся (*дисциплина в 2023- 2024 учебном году не изучается*).

Дополнения и изменения внес:

А.А. Ольштейн, старший преподаватель кафедры  
естественнонаучных и гуманитарных дисциплин \_\_\_\_\_



Дополнения (изменения) в рабочую программу рассмотрены и одобрены на заседании кафедры естественнонаучных и гуманитарных дисциплин.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_



С. А. Татьяненко

**СОГЛАСОВАНО:**

И. о. заведующего выпускающей кафедрой \_\_\_\_\_



Е. С. Чижикова

«30» августа 2023 г.

**Дополнения и изменения  
к рабочей программе дисциплины  
Инструменты веб-коммуникаций**

на 2024-2025 учебный год

Дополнения и изменения в рабочую программу не вносятся (*дисциплина в 2024- 2025 учебном году не изучается*).

Дополнения и изменения внес:

А.А. Ольштейн, старший преподаватель кафедры  
естественнонаучных и гуманитарных дисциплин \_\_\_\_\_



Дополнения (изменения) в рабочую программу рассмотрены и одобрены на заседании кафедры естественнонаучных и гуманитарных дисциплин.

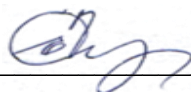
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_



С. А. Татьянаенко

**СОГЛАСОВАНО:**

И. о. заведующего выпускающей кафедрой \_\_\_\_\_



Е. С. Чижикова

«22» апреля 2024 г.