

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе и
образовательным инновациям

О.Н. Здрок

« 9 » декабря 2020 г.

Регистрационный №УД-9113 / уч.

ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ВЕБ-СРЕДЕ

**Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:**

1-23 01 07 Информация и коммуникация

2020 г.

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе и
образовательным инновациям

_____ О.Н. Здрок

« 9 » декабря 2020 г.

Регистрационный №УД-9113 / уч.

ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В ВЕБ-СРЕДЕ

**Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:**

1-23 01 07 Информация и коммуникация

2020 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-23 01 07-2013 и учебного плана УВО № Е23-262/уч. от 29.05.2015 г.

СОСТАВИТЕЛЬ:

И. П. Шибут, старший преподаватель кафедры технологий коммуникации и связей с общественностью факультета журналистики Белорусского государственного университета.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Е. М. Зайцева, доцент кафедры информационных технологий в образовании Государственного учреждения образования «Республиканский институт высшей школы», кандидат физико-математических наук, доцент;

Т. В. Ковалевич, управляющий партнер ЧУП «Центр делового развития».

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой технологий коммуникации и связей с общественностью факультета журналистики Белорусского государственного университета (протокол № 3 от 09.10.2020);

Научно-методическим Советом БГУ
(протокол №2 от 07.12.2020)

Зав. кафедрой _____ **Ю.Н. Лукьянюк**

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цель учебной дисциплины – формирование системного представления о теории и практике визуально-информационного дизайна; изучение возможностей современных технологий в организации коммуникационных процессов.

Задачи учебной дисциплины:

1. продемонстрировать способы организации и представления электронной информации, предоставляемые современными технологиями веб-дизайна;
2. рассмотреть технологические особенности веб-дизайна, способы классификации сайтов, устройство сайтов, модели логической организации сайта;
3. выработать навыки организации информационной архитектуры сайта;
4. рассмотреть этапы базового процесса веб-дизайна;
5. выработать навыки составления эксплуатационного, технического опроса для подготовки креативного брифа и разработки плана сайта;
6. ознакомить с требованиями по подготовке текстов, названий страниц, заголовков, рисунков и фотографий, анимации, видео, звукозаписей, трехмерной графики для веб-ресурса;
7. рассмотреть поисковые системы, каталоги, определить понятие успешной регистрации, успешной индексации;
8. выработать навыки поисковой оптимизации веб-ресурса;
9. рассмотреть основные стратегии интернет-маркетинга, поискового маркетинга, контент-маркетинга, e-mail-маркетинга, маркетинга в социальных сетях;
10. выработать навыки разработки контент-стратегии для продвижения компании или веб-ресурса;
11. предоставить возможность для формирования индивидуального направления исследований и практической работы в сфере интернет-коммуникации каждому студенту.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием.

Место учебной дисциплины «Информационный менеджмент в веб-среде», являющейся дисциплиной государственного компонента в цикле специальных дисциплин, определяется предметом ее изучения.

Поскольку необходимым условием успешной деятельности современного специалиста в области информации и коммуникации является опыт работы в Интернете по различным направлениям, требуется высокий уровень владения компьютером и новейшими информационными технологиями, постоянный поиск новых программ и ресурсов для улучшения организации работы.

Связи с другими учебными дисциплинами

Данная учебная дисциплина изучается на 3 курсе в 5-м и 6-м семестрах и опирается на компетенции, сформированные в рамках дисциплин «Основы

информационно-коммуникационной деятельности», «Мультимедийные технологии коммуникации», «Корпоративные медиа». Учебная дисциплина связана с изучением учебной дисциплины «Технологии интернет-коммуникации».

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Информационный менеджмент в веб-среде» должно обеспечить формирование следующих академических, социально-личностных и профессиональных компетенций:

АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

АК-5. Быть способным вырабатывать новые идеи (обладать креативностью).

АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем.

АК-7. Уметь эффективно использовать технические устройства, связанные с управлением информацией.

АК-8. Иметь развитые лингвистические навыки (устная и письменная коммуникация).

АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни.

СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям.

СЛК-4. Владеть навыками здорового образа жизни.

СЛК-5. Быть способным к критике и самокритике.

СЛК-6. Уметь работать в команде.

ПК-1. Проводить сбор, обработку, анализ и распространение информации в области корпоративной коммуникации, рекламы и связей с общественностью с использованием современных информационных и коммуникационных технологий.

ПК-2. Осуществлять мониторинг, разработку, реализацию и оптимизацию каналов, инструментов и средств коммуникации в организациях.

ПК-3. Готовить доклады, материалы к презентациям.

ПК-4. Анализировать базовые модели коммуникации как когнитивные конструкции, концептуально отображающие содержание процессов информационного воздействия и взаимодействия в различных сферах.

ПК-5. Готовить информационно-аналитические заключения, владеть методиками прогнозирования социально-коммуникативных процессов.

ПК-6. Осуществлять сбор и систематизацию научно-практической информации по теме исследования в области информации и коммуникации.

ПК-7. Проводить количественные и качественные исследования в различных областях социальной коммуникации.

ПК-8. Планировать и оценивать полученные в ходе проведенных исследований результаты.

ПК-9. Представлять результаты исследований в виде статей, отчетов, презентаций, докладов.

ПК-10. Выявлять и исследовать основные тенденции в развитии теоретических концепций и прикладных моделей социально-коммуникативных процессов.

ПК-13. Взаимодействовать со специалистами, менеджерами и сотрудниками организации для получения специализированной информации о деятельности организации, ее продуктах и услугах с целью ее интерпретации для успешного восприятия целевыми аудиториями.

ПК-14. Взаимодействовать со специалистами смежных профилей, разрабатывать и согласовывать представляемые материалы.

ПК-15. Вести переговоры с другими заинтересованными участниками, в том числе партнерами и клиентами организации, органами государственного управления.

ПК-16. Планировать, разрабатывать и реализовывать коммуникационную политику организации.

ПК-17. Планировать, разрабатывать и реализовывать стратегии, кампании и мероприятия по продвижению, позиционированию и репозиционированию имиджа товаров, услуг, идей, организаций.

ПК-18. Организовывать взаимодействие со средствами массовой информации, пресс-центрами, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами, агентствами по связям с общественностью.

ПК-19. Осуществлять гармоничную и эффективную коммуникацию организации (персоны) с их целевыми аудиториями.

ПК-20. Формировать положительный имидж и репутацию организации (персоны) у целевых аудиторий.

ПК-21. Составлять и оформлять материалы для экспертных заключений и отчетов, готовить аналитические справки, обзоры и прогнозы.

ПК-24. Оказывать экспертно-консультационные услуги руководителям в составе структурного подразделения организации и на принципах аутсорсинга.

ПК-26. Проводить конфликтологическую экспертизу, предлагать пути и средства решения проблем в социально-коммуникативной сфере.

ПК-27. Использовать современные информационные и коммуникационные технологии в профессиональной деятельности, в том числе для оптимизации внутриорганизационного взаимодействия.

ПК-28. Осуществлять взаимодействие организации с традиционными и новыми средствами массовой коммуникации с использованием новейших коммуникационных технологий.

ПК-29. Пользоваться глобальными информационными ресурсами, применять инновационные формы социальной коммуникации с учетом возможностей использования интернета как универсальной коммуникационной среды.

ПК-30. Осуществлять информационно-коммуникационную поддержку инновационных мероприятий в организациях, содействовать повышению инновационного потенциала организаций.

В результате освоения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- технологические особенности веб-дизайна;
- устройство сайтов;
- приемы успешной регистрации и индексации веб-ресурса;
- приемы поисковой оптимизации веб-ресурса;
- методы и инструменты продвижения веб-ресурса;

уметь:

- проектировать, создавать, редактировать логическую структуру веб-ресурса;
- проектировать, создавать, редактировать информационную архитектуру веб-ресурса;
- создавать гипертекст как нелинейный виртуальный документ и систему документов;

владеть:

- навыками применения новейших информационно-коммуникационных технологий для оптимизации внутриорганизационного взаимодействия;
- навыками осуществления взаимодействия организации с традиционными и новыми средствами массовой коммуникации с использованием новейших коммуникационных технологий;
- навыками информационно-коммуникационной поддержки инновационных мероприятий в организациях;
- навыками содействия повышению инновационного потенциала организаций.

Информация об учебной дисциплине: общее количество часов, распределение аудиторного времени, трудоемкость, форма аттестации

Курс	3		
Семестр	5/6	5	6
Всего часов по дисциплине	208	100	108
Всего аудиторных часов по дисциплине	108	60	48
Лекции	24	12	12
Практические занятия (аудиторные + ДО)	74 (64+10)	44 (38+6)	30 (26+4)
Аудиторная УСП	10	4	6
Трудоемкость учебной дисциплины		2,5 з.е.	2,5 з.е.
Форма итоговой аттестации	зачет /экзамен	зачет	экзамен

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Раздел 1. Организация информации в Интернете

Тема 1.1 Методология дисциплины «Информационный менеджмент в веб-среде»

Предмет дисциплины «Информационный менеджмент в веб-среде». Теория информационного менеджмента как наука и учебная дисциплина. Междисциплинарный характер знания информационного менеджмента в Интернете: технические, гуманитарные аспекты. Уровни исследования информационного менеджмента: аппаратный, программный, коммуникационный. Место теории информационного менеджмента в системе современной коммуникативистики.

Предмет дисциплины «Информационный менеджмент в веб-среде». Цели и задачи дисциплины. Структура дисциплины. Теоретическая и эмпирическая база. Система понятий и терминов. Методологические аспекты дисциплины.

Тема 1.2 Технологические особенности веб-дизайна

Социально-экономические предпосылки возникновения интернет-коммуникации. Технологические предпосылки развития коммуникационных глобальных сетей. Дигитализация и электронная коммуникация. Эволюция сетевых виртуальных каналов коммуникации. Новейшие коммуникативные технологии и формы коммуникативных практик.

Ограничения устройств вывода (компьютерного экрана). Ограничения канала передачи информации (линии, связывающей конечного пользователя с провайдером). Врожденные ограничения самих технологий и определяющих их стандартов.

Тема 1.3 Способы классификации веб-сайтов

Интернет и веб в структуре интернет-коммуникации. Интернет как новейший канал и среда социальной коммуникации. Принципы организации и уровни коммуникации. Техническая эволюция веб и формирование его актуальных характеристик.

Первый способ классификации веб-сайтов (public, extranet, intranet). Второй способ классификации веб-сайтов (статические, интерактивные). Третий способ классификации веб-сайтов (категории веб-сайтов). Четвертый способ классификации веб-сайтов (типология веб-сайтов).

Тема 1.4 Модели логической организации сайта

Информационная организация сайта, разбиение материала на логические разделы со спроектированными связями между ними. Логическая структура веб-сайта: линейная, иерархическая, решетка, паутина.

Интерактивность как определяющая коммуникационная характеристика Сети. Масштабируемость: мгновенное увеличение числа пользователей, мгновенное увеличение взаимных контактов. Построение коммуникации любого уровня с отслеживанием пути информации. Выбор любого формата информации. Массовость и глобальность коммуникации.

Тема 1.5 Процесс веб-дизайна

Основные этапы разработки веб-сайта. Проектирование веб-сайта: цель создания и задачи, решаемые посредством сайта (опрос клиента, эксплуатационный опрос, расширенный технический опросный лист); потенциальная аудитория; информация на сайте, ее организация (структура); дизайн сайта и его элементов. Создание веб-сайта. Создание отдельных веб-страниц. Установка связей между веб-страницами (создание гиперссылок). Тестирование. Публикация.

Тема 1.6 Разработка информационного наполнения

Специфика информации в Интернете. Особенности фиксации информации в Интернете. Интернет-гипертекст и мультимедиа. Идеи ассоциативного структурирования информации человеком. Концепция работы с компьютерными текстами. Гипертекст как ассоциативная/нелинейная система организации информации для процесса авторского творчества. Понятия гиперссылки, трансклучения. Концепции гипертекста. Разработка идей гипертекста. Юзабилити и параметры эффективности гипертекста.

Тема 1.7 Понятие мультимедийной фиксации информации в Интернете

Гипермедиа как способ фиксации информации в Интернете и форма коммуникации. Типология видов и форм мультимедийной информации в Интернете. Статическая и динамическая информация. Аудиоинформация. Видеоинформация. Конвергенция форматов фиксации информации. Качественная оценка интернет-гипертекста: коммуникационный, технологический аспекты. Понятие юзабилити. Парметры оценки интернет-гипертекста (по Я. Нильсену).

Тема 1.8 Организация информации в Интернете

Технологические характеристики как основа типизации. Понятие интернет-ресурса.

Сайт как институциональный ресурс. Типы сайтов. Особенности коммуникации интранет-сайта. Виды интернет-сайтов: информационный, коммуникационный, интегральный. Сайт как корпоративная база знаний. Интернет-сайт и формирование корпоративной системы ценностей. Управление корпоративной системой ценностей. Внутренние корпоративные издания. Внешние сайты. Экстранет-сайты. Личные ресурсы. Социальные сети. Виртуальные миры. Виртуальные игры.

Тема 1.9 Создание локального веб-сайта

Интерфейс редактора визуального проектирования (Adobe Dreamweaver, Adobe Muse), управление основными элементами интерфейса. Создание локального веб-сайта. Определение физической структуры сайта. Основные приемы работы с веб-страницами: создание, сохранение, открытие, просмотр в браузерах. Режимы отображения документа, переключение режимов. Параметры, используемые по умолчанию при создании новых веб-документов.

Тема 1.10 Создание макетов страниц с помощью таблиц

Компоновка страницы в режиме разметки: создание и форматирование ячеек для размещения элементов страницы. Основные параметры (заголовок страницы, фоновое изображение, цветовая схема, кодировка), сохранение документа, просмотр документа в браузерах. Вставка и форматирование изображений. Создание гиперссылок.

Вставка и форматирование таблиц. Создание гиперссылок: ссылки на закладки, ссылки на адрес электронной почты, раскрывающиеся списки (меню переходов), изображения-карты. Открытие ссылки в новом окне браузера.

Тема 1.11 Основные приемы работы с шаблонами

Использование линеек, направляющих, smart-направляющих. Создание навигационной панели с кнопками перехода. Добавление ссылок к кнопкам перехода. Создание ссылок с использованием слоев, инструментов, выделений. Создание ролловер-эффектов для предложенного изображения. Создание удаленных ролловер-эффектов.

Подготовка изображения. Разбиение изображения на фрагменты по направляющим с помощью инструмента Slice (Фрагмент). Работа с картой изображения. Оптимизация фрагментов изображения, создание URL-ссылок, создание и сохранение макета страницы.

Анализ макета и выбор типа верстки. Разметка макета, выделение основных блоков и определение общей структуры документа.

Тема 1.12 Добавление содержимого на веб-страницы

Модификация макета в соответствии с задачей, подготовка необходимых графических изображений. Подготовка пользовательских стилей, переопределение HTML-тегов. Импорт на веб-страницы содержимого документов.

Подготовка информационного наполнения; тестирование гиперссылок, совместимости с браузерами, отладка кода.

Тема 1.13 Использование каскадных таблиц стилей (CSS) для форматирования веб-страниц

Определение свойств документа способом отображения заголовков, гиперссылок, фона и параметров шрифта основного текста. Настройка списка всех стилевых правил, определенных для текущего документа с использованием технологий каскадных таблиц стилей. Изменение правил, заданных для стандартных тегов с использованием технологий каскадных таблиц стилей. Создание новых правил CSS для класса с использованием технологий каскадных таблиц стилей. Вынесение внедренной (встроенной) таблицы стилей в отдельный стилевой файл. Подключение внешней таблицы стилей к шаблону.

Тема 1.14 Определение свойств веб-страницы

Определение структуры документа с помощью заголовков. Вставка специальных символов. Вставка и управление параметрами горизонтальных линий, графических изображений.

Создание закладок внутри страницы. Преобразование графических миниатюр в гиперссылки на полномасштабные версии изображений, открываемые в новом окне (вкладке) браузера. Создание карты ссылок (image map), выделение активных областей на карте с гиперссылкой на соответствующие страницы.

Создание баннеров с гиперссылками на интернет-ресурсы, открываемые в новом окне (вкладке) браузера.

Тема 1.15 Создание интерактивных эффектов

Вставка интерактивного изображения, изменяющегося во время просмотра страницы в браузере при наведении указателя мыши, с замещающим текстом. Создание интерактивных меню переходов.

Проверка страниц сайта на валидность (корректность) HTML-кода с использованием онлайн-средства проверки от World Wide Web Consortium (W3C).

Проверка сайта на наличие ошибок (документов без названия, пустых или избыточных вложенных тегов и т. д.).

Тема 1.16 Применение встроенных вариантов поведения JavaScript к элементам веб-страницы

Создание встроенного варианта поведения JavaScript «Замена изображений». Создание встроенного варианта поведения JavaScript «Открытие окна браузера» фиксированного размера. Создание встроенного варианта поведения JavaScript «Вывод сообщения». Создание встроенного варианта поведения JavaScript «Замена изображений».

Применение визуального эффекта Spry «Расширить/Сжать» к изображению. Использование графического элемента «Подсказка Spry» для отображения поясняющего текста в виде всплывающей подсказки при наведении указателя мыши на изображение. Создание графического элемента

«Панель меню Spry». Создание сворачиваемых панелей с помощью графического элемента «Набор вкладок Spry». Создание набора вкладок с помощью графического элемента «Панели со вкладками Spry».

Тема 1.17 Тестирование отдельных веб-страниц и сайта в целом

Тестирование отдельных веб-страниц и сайта в целом. Определение размера страницы и оценочного времени загрузки при разных скоростях подключения. Тестирование страницы при разных размерах окна (на экранах с разным разрешением). Проверка гиперссылок (работающие, внешние, разорванные ссылки, неиспользуемые файлы сайта). Проверка на совместимость с разными версиями браузеров. Проверка на валидность (корректность) HTML-кода. Использование отчетов для проверки сайта.

Раздел 2. Стратегии интернет-маркетинга

Тема 2.1 Базовый маркетинг. Постановка целей

Бизнес-модель компании и роль интернет-маркетинга в ней. Маркетинговая стратегия. Постановка целей перед интернет-маркетингом компании. Стратегия интернет-маркетинга. Сегментация целевой аудитории. Способы выявления потребностей целевой аудитории. Примеры сегментации целевой аудитории.

Тема 2.2 Конкурентный анализ и позиционирование

Позиционирование и Уникальное Торговое Предложение (УТП). Анализ позиционирования конкурентов. Анализ конкурентов в Интернете. Анализ бюджетов и запросов. Анализ поискового маркетинга – сниппеты. Анализ контекстной рекламы. Прогноз бюджета по ключевым словам. Анализ конкурентов.

Тема 2.3 Поисковый маркетинг

5 ролей поискового маркетинга. Поисковая оптимизация. Семантическое ядро сайта. Характеристики ключевых слов. Основные тенденции при работе с семантическими ядрами. Методика подбора базы поисковых запросов (семантического ядра). Инструментарий для подбора запросов. Пример семантического ядра. Поисковая реклама. Создание рекламных компаний. GoogleAdWords.

Тема 2.4 Реклама (контекстная, медийная)

Основные понятия контекстной рекламы. Системы контекстной рекламы. Система контекстной рекламы AdWords. Преимущества контекстной рекламы. Автоматические стратегии показа объявлений, стратегии с ручным управлением.

Основные понятия медийной рекламы. Виды медийной рекламы. Баннеры. Видеореклама. Структура аккаунта в Google Adwords. Структура аккаунта в Yandex. Создание компании в Adwords.

Тема 2.5 Контент-маркетинг

Покадровая анимация: использование временной шкалы, создание понятия контент-маркетинга. Роль, задачи и место блога в стратегии информационного продвижения компании. Роль, задачи и место информационного портала в системе информационного продвижения компании. Тематические источники контента. Использование инфографики при построении стратегии контент-маркетинга. Использование презентаций при построении стратегии контент-маркетинга.

Тема 2.6 Email-маркетинг

Стратегии email-маркетинга. Разработка стратегии email-маркетинга. Формирование базы подписчиков. Мотивация к подписке. Типы рассылок. Анализ эффективности. Инструменты для email-маркетинга.

Тема 2.7 Маркетинг в социальных сетях

Обзор социальных сетей. Инструменты для работы в социальных сетях: YouScan; BuzzLike; Feedman; Bitly; Allsocial; Дезертир; Twazzup. Ведение и продвижение страниц. Пример настройки рекламной компании в Facebook.

Тема 2.8 Примеры стратегии интернет-маркетинга

Примеры целей интернет-маркетинга. Примеры сегментации целевой аудитории. Примеры поиска мест концентрации целевой аудитории. Примеры анализа конкурентов. Примеры выбора рекламных каналов. Примеры выбора контента под каждый канал. Примеры разработки операционного плана по генерации контента и его распространению

Тема 2.9 Проведение предварительного исследования для разработки контент-стратегии

Оценка состояния дел компании. Оценка конкурентов. Этапы обзорного исследования. Анализ аудитории. Определение понятия «стейкхолдеры». Инвентаризация контента. Контент-аудит. Анализ расхождений. Анализ конкурентов. Инструменты: аналитика, инвентаризация, исследования, тепловые карты и карта скроллинга.

Тема 2.10 Контент на сайте. Блог

Примеры создания и размещения контента на сайте: главная страница, лендинги, сообщения об ошибке, тексты на кнопках, FAQ, видео, инструкции, карточки товаров, информация о ценах, контакты. Коммуникация с целевой аудиторией как необходимая часть контента сайта. Создание и использование изображений, их роль в визуализации контента. Структура страницы контактов.

Примеры создания, поиска и размещения контента для блога. Роль блога в коммуникации с целевой аудиторией и продвижении контента сайта.

Тема 2.11 Контент вне сайта

Способы размещения контента вне сайта как дополнение к основной контент-стратегии: брошюры, рассылки, конверты и т. д. Рекламные материалы. Видео. Триггерные рассылки. Капельный маркетинг. Практические примеры реализации контента вне сайта.

Тема 2.12 Управление. Рабочий процесс

Разработка правил при создании контента: позиционирование бренда, коммуникативная модель, общая стилистика, руководство по фирменному стилю, инфраструктура, где будет создаваться и размещаться контент. Редакционный план, оценка успешности контента. Текст для сети. Продвижение: основные каналы. Аналитика. Основные метрики: показатель отказов, количество просмотренных страниц, время на странице, перепосты и лайки.

Тема 2.13 Разработка контент-стратегии для реальной компании

Практические примеры разработки контент-стратегии для реальных компаний. Структура шаблона контент-стратегии: предварительное исследование, начало исследования, исследование существующего и идеи создания нового контента для сайта, определение тематики контента для блога, контент вне сайта как дополнение к основной контент-стратегии, управление разработкой контент-стратегии, рабочий процесс разработки контент-стратегии, заключение. Практические примеры создания семантического ядра сайта.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения образования с применением дистанционных образовательных технологий

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов внеаудиторной УСП	Форма контроля знаний
		Лекции	Семинарские занятия	Практические занятия	Лабораторные занятия	Аудиторная УСП		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Организация информации в Интернете	12		44		4		
1.1	Методология дисциплины «Информационный менеджмент в веб-среде»	2						Активная лекция, обсуждение, опрос
1.2	Технологические особенности веб-дизайна	2						Активная лекция, обсуждение, опрос
1.3	Способы классификации веб-сайтов	2						Активная лекция, обсуждение, опрос
1.4	Модели логической организации сайта	2						Активная лекция, обсуждение, опрос
1.5	Процесс веб-дизайна	2						Активная лекция, обсуждение, опрос
1.6	Разработка информационного наполнения	2						Активная лекция, обсуждение, опрос
1.7	Понятие мультимедийной фиксации информации в Интернете			4				Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
1.8	Организация информации в Интернете			4				Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
1.9	Создание локального веб-сайта			2+2(ДО)		2		Обсуждение, групповая дискуссия, открытое эвристическое задание на образовательном портале

1.10	Создание макетов страниц с помощью таблиц			4				Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
1.11	Основные приемы работы с шаблонами			4				Обсуждение, групповая дискуссия, работа в малых группах
1.12	Добавление содержимого на веб-страницы			4				Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
1.13	Использование каскадных таблиц стилей (CSS) для форматирования веб-страниц			4				Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
1.14	Определение свойств веб-страницы			4				Обсуждение, групповая дискуссия, работа в малых группах
1.15	Создание интерактивных эффектов			4				Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
1.16	Применение встроенных вариантов поведения JavaScript к элементам веб-страницы			4				Обсуждение, групповая дискуссия, работа в малых группах
1.17	Тестирование отдельных веб-страниц и сайта в целом			4(ДО)		2		Обсуждение, групповая дискуссия, открытое эвристическое задание на образовательном портале
2	Стратегии интернет-маркетинга	12		30		6		
2.1	Базовый маркетинг. Постановка целей	2						Активная лекция, обсуждение, опрос
2.2	Конкурентный анализ и позиционирование	2						Активная лекция, обсуждение, опрос
2.3	Поисковый маркетинг	2						Активная лекция, обсуждение, опрос
2.4	Реклама (контекстная, медийная)	2						Активная лекция, обсуждение, опрос
2.5	Контент-маркетинг	2						Активная лекция, обсуждение, опрос
2.6	Email-маркетинг	2						Активная лекция, обсуждение, опрос
2.7	Маркетинг в социальных сетях			4				Обсуждение, групповая дискуссия,

								опрос, работа в малых группах
2.8	Примеры стратегии интернет-маркетинга			4				Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
2.9	Проведение предварительного исследования для разработки контент-стратегии			4		2		Обсуждение, групповая дискуссия, работа в малых группах
2.10	Контент на сайте. Блог			4				Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
2.11	Контент вне сайта			4				Обсуждение, групповая дискуссия, работа в малых группах
2.12	Управление. Рабочий процесс			4				Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, работа в малых группах
2.13	Разработка контент-стратегии для реальной компании			2+4(ДО)		4		Обсуждение, групповая дискуссия, опрос, открытое эвристическое задание на образовательном портале
	Всего:	24		74		10		

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. *Кирсанов, Д.* Веб-дизайн: книга Дмитрия Кирсанова / Д. Кирсанов. – СПб : Символ-Плюс, 2017. – 376 с.
2. *Соловьев, А.И.* Современные технологии массмедиа: пособ. / А.И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2018. – 279 с.
3. *Уэбстер, Ф.* Теории информационного общества / Ф. Уэбстер. – М М.: Аспект Пресс, 2014. – 400 с.
4. *Шумейко, А.А.* Основы успешной коммуникации : учеб. пособ. / А.А. Шумейко, И.А. Авдеев. – М. : ФЛИНТА, 2016. – 192 с.
5. *Шибут, И.П.* Компьютерная графика: учеб.-метод. пособие / И.П. Шибут [и др.]; под ред. С.И. Максимова. – Минск: РИВШ, 2015. – 122 с. – 5,5 п.л. ISBN 978-985-500-440-1
6. *Шибут, И.П.* Программное обеспечение мультимедийных технологий: основы компьютерной графики и анимации: учеб.-метод. пособие для студентов гуманитар. спец. [Электронный ресурс] / И.П. Шибут, В.Н. Курбацкий, В.М. Шульганова. – Минск: БГУ, 2017. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
7. *Шибут, И.П.* Информационный менеджмент в веб-среде [Электронный ресурс]: метод. рекомендации для студентов гуманитар. спец. / И.П. Шибут, С.Н. Гринчук. – Минск : БГУ, 2014, 180 с. – 1 электронный оптический диск. ISBN 978-985-518-960-3.
8. *Шибут, И.П.* Мультимедийные технологии коммуникации [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс / И.П. Шибут. – Минск : БГУ, 2014. – 146 с.
9. *Шибут, И.П.* Информационные технологии как базовая составляющая обучения специалиста в области информации и коммуникации/И.П. Шибут // Корпоративные стратегические коммуникации [Электронный ресурс]: сб. науч. ст. / БГУ, Институт журналистики, каф. технологий коммуникации; редкол.: С. В. Дубовик (отв. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2016. – С. 122-130.
10. *Шибут, И. П.* Республика Беларусь глазами студентов: что нужно посетить в моей стране / И. П. Шибут // Межвузовский портал «Методология, содержание, практика креативного образования» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://didact.bsu.by/item/Shibut>. – 2020.
11. *Шибут, И. П.* Использование заданий проектного типа с использованием дистанционных образовательных технологий в Белорусском государственном университете / И. П. Шибут // Современные информационные технологии в образовании: материалы XXXI Международной научной конференции [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://lk-ito.bytic.ru/members?id=%D0%A8&page=2&per-page=16>. – г. Москва-Троицк, 2020.
12. *Шибут, И. П.* Проектная деятельность как основа для создания обучающимися собственного реального продукта / И. П. Шибут // Журналістыка-2020: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 22-й

Міжнар. навук.-практ. канф. (Мінск, 12-13 ліст. 2020 г / рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2020. – с. 669-672.

Перечень дополнительной литературы

13. Долгосрочное устойчивое развитие Республики Беларусь: стратегия и пути реализации : монограф. / Червяков А.В. [и др.]. – Минск: Мисанта, 2016. – 280 с.

14. Маркетинг PR и рекламы : учеб. / И.М. Синяева [и др.] ; под ред. И.М. Синяевой. – Москва : ЮНИТИ, 2018. – 495 с.

15. Ним, Е.Г. Медиапространство: основные направления исследований / Е.Г. Ним // Бизнес. Общество. Власть. – 2013. – №14. – С. 31-41. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=22286958>. – Дата доступа: 07.06.2018.

16. О средствах массовой информации [Электронный ресурс] : закон Респ. Беларусь, 17 июля 2008 г., № 427-3 ; в ред. Закона Респ. Беларусь от 17.07.2018 г. // Консультант Плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

17. Об информации, информатизации и защите информации [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 10 нояб. 2008 г.; в ред. Закона Респ. Беларусь от 18.05.2016 // Консультант Плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

18. Нильсен, Я. Веб-дизайн: книга Якоба Нильсена / Я. Нильсен. – СПб., 2003. – 512 с.

19. Соловьев, А.И. Основы информационно-коммуникационной деятельности: пособие для студентов Института журналистики БГУ / А.И. Соловьев. – Минск: БГУ, 2009. – 191 с.

20. Чумиков, А.Н. Связи с общественностью и реклама в системе интернет-коммуникаций. Теоретические обоснования и профессиональные практики : учеб.-метод. пособие для студ. вузов, обуч. по напр. подготовки (специальности) «Реклама и связи с общественностью» / А.Н. Чумиков [и др.]. – М.: АРГАМАК-МЕДИА , 2016. – 160 с.

21. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции : учеб. пособие / А.Н. Чумиков [и др.] ; Рос. академия народного хозяйства и гос. службы при Президенте РФ . – М. : Дело , 2016. – 519 с.

22. Шибут И. П., Шибут Е. А. Сайт кафедры силами студентов: создание, наполнение, продвижение, профессиональная мотивация / И. П. Шибут, Е. А. Шибут // Информационно-технологическое обеспечение образовательного процесса современного университета: материалы Международной интернет-конференции. – Минск: БГУ, 2013.

23. Шибут И. П. К вопросу о подготовке специалистов в сфере корпоративной коммуникации: сайт кафедры силами студентов // Применение новых технологий в образовании: материалы XXV Международной научной конференции. – г. Москва, г. Троицк, 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://tmo.ito.edu.ru/2014/section/230/94299/>

24. Шибут И. П. Практическое использование науки о коммуникации в работе специалиста по продвижению веб-ресурса в социальных медиа // Журналістыка-2014: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 16-й Міжнароднай навукова-практычнай канферэнцыі. – Вып. 16 // Рэдкал.: С.В.Дубовік (адк. рэд.) і інш. – Мінск, БДУ, 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа:<http://elib.bsu.by/handle/123456789/107554>

25. Шибут И. П. Использование социальных сетей в качестве информационной среды образовательного учреждения: материалы XXVI Международной научной конференции «Применение инновационных технологий в образовании». – г. Москва, г. Троицк, 2015. [Электронный ресурс].

Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой оценки

В перечень средств диагностики результатов учебной деятельности по учебной дисциплине входят: фронтальный опрос, коммуникативное задание посредством интернет-ресурсов, работа в малых группах, открытое эвристическое задание на образовательном портале, зачет в форме теста на образовательном портале.

1. Устный опрос

Оценка за опрос на практических занятиях включает:

- ответ (полнота ответа) – 60 баллов;
- постановку вопросов – 20 баллов;
- участие в дискуссии, дополнения и замечания – 20 баллов.

2. Коммуникативное задание посредством интернет-ресурсов

Каждому студенту необходимо будет оценить еще по 3 проекта других студентов, представленных на образовательном портале. Работы назначаются системой случайным образом. Устанавливаются сроки начала и окончания оценивания работ (*фаза оценивания*). Критерии оценивания для студентов (максимальная оценка – 60 баллов):

- наличие концепции (бриф проекта) сайта: цель будущего ресурса, какие задачи он должен решать, понятия, которые должны характеризовать впечатления посетителей сайта (10 баллов);
- качество выполнения логической структуры проекта (10 баллов);
- качество представленного ресурса (освещение темы, качество оформления) (10 баллов);
- качество презентации проекта (10 баллов).

3. Презентация проекта (в форме открытого эвристического задания на образовательном портале)

Оценка презентации проекта преподавателем (максимальная оценка – 40 баллов) на образовательном портале включает:

- наличие концепции (бриф проекта) сайта: цель будущего ресурса, какие задачи он должен решать, понятия, которые должны характеризовать впечатления посетителей сайта (10 баллов);

- качество выполнения логической структуры проекта (10 баллов);

- качество представленного ресурса (освещение темы, качество оформления) (10 баллов);

- качество презентации проекта (10 баллов).

4. После окончания фазы оценивания студентов начинается фаза оценивания оценок преподавателем. Критерии оценивания для преподавателя (максимальная оценка – 20 баллов):

- объективность и соответствие критериям оценивания назначенных для рецензирования системой работ (20 баллов)

При формировании итоговой оценки используется рейтинговая оценка знаний студента, дающая возможность проследить и оценить динамику процесса достижения целей обучения. Рейтинговая оценка предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации обучающихся по дисциплине.

Примерные весовые коэффициенты, определяющие вклад текущего контроля знаний и текущей аттестации в рейтинговую оценку:

- ответы на практических занятиях, участие в дискуссии, решение ситуационных задач – 20%;

- коммуникативное задание – 20%;

- открытое эвристическое задание на образовательном портале – 60%.

Итоговая оценка по дисциплине рассчитывается на основе оценки текущей успеваемости и зачетной оценки с учетом их весовых коэффициентов. Оценка по текущей успеваемости составляет 60%, оценка за зачет – 40%.

Примерный перечень заданий для управляемой самостоятельной работы студентов

Текущая самостоятельная работа студентов направлена на углубление и закрепление знаний студента, развитие практических умений.

Самостоятельная работа разделена на три уровня: уровень узнавания; уровень воспроизведения и уровень применения полученных знаний.

Задания первого уровня – анализ теоретического материала. Создание концепции (описания) проекта и размещение на учебном портале.

Задания второго уровня – применяются проблемные задачи, нетиповые и научно-исследовательские.

Задания третьего уровня направлены на применение полученных знаний при решении практических задач.

Аудиторная УСР

Тема 1.9: Создание локального веб-сайта (2 ч.)

Форма контроля – графическая работа по созданию, сохранению, открытию, просмотру веб-страниц. Задание выполняется индивидуально, размещается на образовательном портале в виде графического файла.

Аудиторная УСР

Тема 1.17: Тестирование отдельных веб-страниц и сайта в целом (2 ч.)

Форма контроля – графическая работа по созданию и тестированию отдельных веб-страниц и сайта в целом. Во время тестирования определяются размеры страниц и оценочное время загрузки, проверяются гиперссылки (работающие, внешние, разорванные ссылки, неиспользуемые файлы сайта). Задание выполняется индивидуально, размещается на образовательном портале в виде графического файла.

Аудиторная УСР

Тема 2.9: Проведение предварительного исследования для разработки контент-стратегии (2 ч.)

Форма контроля – подготовка презентации, которая содержит: описание оценки состояния дел компании, оценку конкурентов, этапы обзорного исследования, анализ аудитории, инвентаризацию контента. Подготовленные презентации размещаются на образовательном портале и обсуждаются в виде комментариев всеми студентами группы.

Аудиторная УСР

Тема 2.13: Разработка контент-стратегии для реальной компании (4 ч.)

Форма контроля – графическая работа по созданию контент-стратегии для реальной компании. Структура шаблона контент-стратегии: предварительное исследование, начало исследования, исследование существующего и идеи создания нового контента для сайта, определение тематики контента для блога, контент вне сайта как дополнение к основной контент-стратегии, управление разработкой контент-стратегии, рабочий процесс разработки контент-стратегии, заключение. Шаблон необходимо загрузить на образовательный портал с помощью модуля «Семинар», который позволяет накапливать, просматривать, рецензировать, комментировать и взаимно оценивать работы.

Примерная тематика практических занятий

Практические занятия №1, 2

Тема 1.7: Понятие мультимедийной фиксации информации в Интернете

Гипермедиа как способ фиксации информации в Интернете и форма коммуникации. Типология видов и форм мультимедийной информации в Интернете. Статическая и динамическая информация. Аудиоинформация.

Видеоинформация. Конвергенция форматов фиксации информации. Качественная оценка интернет-гипертекста: коммуникационный, технологический аспекты. Понятие юзабилити. Параметры оценки интернет-гипертекста (по Я. Нильсену).

Практические занятия № 3, 4

Тема 1.8: Организация информации в Интернете

Технологические характеристики как основа типизации. Понятие интернет-ресурса.

Сайт как институциональный ресурс. Типы сайтов. Особенности коммуникации интранет-сайта. Виды интернет-сайтов: информационный, коммуникационный, интегральный. Сайт как корпоративная база знаний. Интернет-сайт и формирование корпоративной системы ценностей. Управление корпоративной системой ценностей. Внутренние корпоративные издания. Внешние сайты. Экстранет-сайты. Личные ресурсы. Социальные сети. Виртуальные миры. Виртуальные игры.

Практические занятия № 5, 6

Тема 1.9: Создание локального веб-сайта

Интерфейс редактора визуального проектирования (Adobe Dreamweaver, Adobe Muse), управление основными элементами интерфейса. Создание локального веб-сайта. Определение физической структуры сайта. Основные приемы работы с веб-страницами: создание, сохранение, открытие, просмотр в браузерах. Режимы отображения документа, переключение режимов. Параметры, используемые по умолчанию при создании новых веб-документов.

Практические занятия № 7, 8

Тема 1.10: Создание макетов страниц с помощью таблиц

Компоновка страницы в режиме разметки: создание и форматирование ячеек для размещения элементов страницы. Основные параметры (заголовок страницы, фоновое изображение, цветовая схема, кодировка), сохранение документа, просмотр документа в браузерах. Вставка и форматирование изображений. Создание гиперссылок.

Вставка и форматирование таблиц. Создание гиперссылок: ссылки на закладки, ссылки на адрес электронной почты, раскрывающиеся списки (меню переходов), изображения-карты. Открытие ссылки в новом окне браузера.

Практические занятия № 9, 10

Тема 1.11: Основные приемы работы с шаблонами

Использование линеек, направляющих, smart-направляющих. Создание навигационной панели с кнопками перехода. Добавление ссылок к кнопкам перехода. Создание ссылок с использованием слоев, инструментов,

выделений. Создание ролlover-эффектов для предложенного изображения. Создание удаленных ролlover-эффектов.

Подготовка изображения. Разбиение изображения на фрагменты по направляющим с помощью инструмента Slice (Фрагмент). Работа с картой изображения. Оптимизация фрагментов изображения, создание URL-ссылок, создание и сохранение макета страницы.

Анализ макета и выбор типа верстки. Разметка макета, выделение основных блоков и определение общей структуры документа.

Практические занятия № 11, 12

Тема 1.12: Добавление содержимого на веб-страницы

Модификация макета в соответствии с задачей, подготовка необходимых графических изображений. Подготовка пользовательских стилей, переопределение HTML-тегов. Импорт на веб-страницы содержимого документов.

Подготовка информационного наполнения; тестирование гиперссылок, совместимости с браузерами, отладка кода.

Практические занятия № 13, 14

Тема 1.13: Использование каскадных таблиц стилей (CSS) для форматирования веб-страниц

Определение свойств документа способом отображения заголовков, гиперссылок, фона и параметров шрифта основного текста. Настройка списка всех стилевых правил, определенных для текущего документа с использованием технологий каскадных таблиц стилей. Изменение правил, заданных для стандартных тегов с использованием технологий каскадных таблиц стилей. Создание новых правил CSS для класса с использованием технологий каскадных таблиц стилей. Вынесение внедренной (встроенной) таблицы стилей в отдельный стилевой файл. Подключение внешней таблицы стилей к шаблону.

Практические занятия № 15, 16

Тема 1.14: Определение свойств веб-страницы

Определение структуры документа с помощью заголовков. Вставка специальных символов. Вставка и управление параметрами горизонтальных линий, графических изображений.

Создание закладок внутри страницы. Преобразование графических миниатюр в гиперссылки на полномасштабные версии изображений, открываемые в новом окне (вкладке) браузера. Создание карты ссылок (image map), выделение активных областей на карте с гиперссылкой на соответствующие страницы.

Создание баннеров с гиперссылками на интернет-ресурсы, открываемые в новом окне (вкладке) браузера.

Практические занятия № 17, 18

Тема 1.15: Создание интерактивных эффектов

Вставка интерактивного изображения, изменяющегося во время просмотра страницы в браузере при наведении указателя мыши, с замещающим текстом. Создание интерактивных меню переходов.

Проверка страниц сайта на валидность (корректность) HTML-кода с использованием онлайн-средства проверки от World Wide Web Consortium (W3C).

Проверка сайта на наличие ошибок (документов без названия, пустых или избыточных вложенных тегов и т. д.).

Практические занятия № 19, 20

Тема 1.16: Применение встроенных вариантов поведения JavaScript к элементам веб-страницы

Создание встроенного варианта поведения JavaScript «Замена изображений». Создание встроенного варианта поведения JavaScript «Открытие окна браузера» фиксированного размера. Создание встроенного варианта поведения JavaScript «Вывод сообщения». Создание встроенного варианта поведения JavaScript «Замена изображений».

Применение визуального эффекта Spry «Расширить/Сжать» к изображению. Использование графического элемента «Подсказка Spry» для отображения поясняющего текста в виде всплывающей подсказки при наведении указателя мыши на изображение. Создание графического элемента «Панель меню Spry». Создание сворачиваемых панелей с помощью графического элемента «Набор вкладок Spry». Создание набора вкладок с помощью графического элемента «Панели со вкладками Spry».

Практические занятия № 21, 22

Тема 1.17: Тестирование отдельных веб-страниц и сайта в целом

Определение размера страницы и оценочного времени загрузки при разных скоростях подключения. Тестирование страницы при разных размерах окна (на экранах с разным разрешением). Проверка гиперссылок (работающие, внешние, разорванные ссылки, неиспользуемые файлы сайта). Проверка на совместимость с разными версиями браузеров. Проверка на валидность (корректность) HTML-кода. Использование отчетов для проверки сайта.

Практические занятия № 23, 24

Тема 2.7: Маркетинг в социальных сетях

Обзор социальных сетей. Инструменты для работы в социальных сетях: YouScan; BuzzLike; Feedman; Bitly; Allsocial; Дезертир; Twazzup. Ведение и продвижение страниц. Пример настройки рекламной компании в Facebook.

Практические занятия № 25, 26

Тема 2.8: Примеры стратегии интернет-маркетинга

Примеры целей интернет-маркетинга. Примеры сегментации целевой аудитории. Примеры поиска мест концентрации целевой аудитории. Примеры анализа конкурентов. Примеры выбора рекламных каналов. Примеры выбора контента под каждый канал. Примеры разработки операционного плана по генерации контента и его распространению.

Практические занятия № 27, 28

Тема 2.9: Проведение предварительного исследования для разработки контент-стратегии

Оценка состояния дел компании. Оценка конкурентов. Этапы обзорного исследования. Анализ аудитории. Определение понятия «стейкхолдеры». Инвентаризация контента. Контент-аудит. Анализ расхождений. Анализ конкурентов. Инструменты: аналитика, инвентаризация, исследования, тепловые карты и карта скроллинга.

Практические занятия № 29, 30

Тема 2.10: Контент на сайте. Блог

Примеры создания и размещения контента на сайте: главная страница, лендинги, сообщения об ошибке, тексты на кнопках, FAQ, видео, инструкции, карточки товаров, информация о ценах, контакты. Коммуникация с целевой аудиторией как необходимая часть контента сайта. Создание и использование изображений, их роль в визуализации контента. Структура страницы контактов.

Примеры создания, поиска и размещения контента для блога. Роль блога в коммуникации с целевой аудиторией и продвижении контента сайта.

Практические занятия № 31, 32

Тема 2.11: Контент вне сайта

Способы размещения контента вне сайта как дополнение к основной контент-стратегии: брошюры, рассылки, конверты и т. д. Рекламные материалы. Видео. Триггерные рассылки. Капельный маркетинг. Практические примеры реализации контента вне сайта.

Практические занятия № 33, 34

Тема 2.12: Управление. Рабочий процесс

Разработка правил при создании контента: позиционирование бренда, коммуникативная модель, общая стилистика, руководство по фирменному стилю, инфраструктура, где будет создаваться и размещаться контент. Редакционный план, оценка успешности контента. Текст для сети. Продвижение: основные каналы. Аналитика. Основные метрики: показатель отказов, количество просмотренных страниц, время на странице, перепосты и лайки.

Практические занятия № 35, 36, 37

Тема 2.13: Разработка контент-стратегии для реальной компании

Практические примеры разработки контент-стратегии для реальных компаний. Структура шаблона контент-стратегии: предварительное исследование, начало исследования, исследование существующего и идеи создания нового контента для сайта, определение тематики контента для блога, контент вне сайта как дополнение к основной контент-стратегии, управление разработкой контент-стратегии, рабочий процесс разработки контент-стратегии, заключение. Практические примеры создания семантического ядра сайта.

Примерная тематика практических занятий (ДО)

Практическое занятие № 6 (2 часа)

Тема 1.9: Создание локального веб-сайта

Создание локального веб-сайта. Определение физической структуры сайта. Основные приемы работы с веб-страницами: создание, сохранение, открытие, просмотр в браузерах.

Форма контроля – графическая работа по созданию сайта. Шаблон сайта должен содержать придуманные логотип, баннер, выбранные шрифты, фирменные цвета. В созданном каталоге должны присутствовать страницы сайта с примененным к ним шаблоном. Каталог необходимо загрузить на образовательный портал.

Практические занятия № 21, 22 (4 часа)

Тема 1.17: Тестирование отдельных веб-страниц и сайта в целом

Определение размера страницы и оценочного времени загрузки при разных скоростях подключения. Тестирование страницы при разных размерах окна (на экранах с разным разрешением). Проверка гиперссылок (работающие, внешние, разорванные ссылки, неиспользуемые файлы сайта). Проверка на совместимость с разными версиями браузеров. Проверка на валидность (корректность) HTML-кода. Использование отчетов для проверки сайта.

Форма контроля – графическая работа. В созданном каталоге (физическая структура сайта) должны присутствовать страницы сайта с примененным к ним шаблоном. Страницы сайта должны быть заполнены мультимедийным содержимым (тексты, изображения, ролlover-эффекты, ссылки, баннеры). Каталог необходимо загрузить на образовательный портал.

Практические занятия № 36, 37 (4 часа)

Тема 2.13: Разработка контент-стратегии для реальной компании

Практические примеры разработки контент-стратегии для реальных компаний. Структура шаблона контент-стратегии: предварительное исследование, начало исследования, исследование существующего и идеи

создания нового контента для сайта, определение тематики контента для блога, контент вне сайта как дополнение к основной контент-стратегии, управление разработкой контент-стратегии, рабочий процесс разработки контент-стратегии, заключение. Практические примеры создания семантического ядра сайта.

Форма контроля – презентация разработанной по предложенному шаблону контент-стратегии для выбранной реальной компании. В презентации должны присутствовать: предварительное исследование, исследование существующего и идеи создания нового контента для сайта, определение тематики контента для блога, примеры контента вне сайта, рабочий процесс разработки контент-стратегии, семантическое ядро сайта, заключение. Презентацию необходимо загрузить на образовательный портал с помощью модуля «Семинар», который позволяет накапливать, просматривать, рецензировать, комментировать и взаимно оценивать работы.

Описание инновационных подходов и методов к преподаванию учебной дисциплины

При организации образовательного процесса используется **эвристический подход**, который предполагает:

- осуществление студентами личностно-значимых открытий окружающего мира;
- демонстрацию многообразия решений большинства профессиональных задач и жизненных проблем;
- творческую самореализацию обучающихся в процессе создания образовательных продуктов;
- индивидуализацию обучения через возможность самостоятельно ставить цели, осуществлять рефлексию собственной образовательной деятельности.

Применение **практико-ориентированного подхода** предполагает:

- освоение содержание образования через решения практических задач;
- приобретение навыков эффективного выполнения разных видов профессиональной деятельности;
- ориентацию на генерирование идей, реализацию групповых студенческих проектов, развитие предпринимательской культуры;
- использованию процедур, способов оценивания, фиксирующих сформированность профессиональных компетенций.

В частности, при организации образовательного процесса используется **метод анализа конкретных ситуаций (кейс-метод)**, который направлен на:

- приобретение студентом знаний и умений для решения практических задач;

- анализ ситуации, используя профессиональные знания, собственный опыт, дополнительную литературу и иные источники.

Метод группового обучения представляет собой форму организации учебно-познавательной деятельности обучающихся, предполагающую функционирование разных типов малых групп, работающих как над общими, так и специфическими учебными заданиями.

Также используется **метод проектного обучения**, который предполагает:

- способ организации учебной деятельности студентов, развивающий актуальные для учебной и профессиональной деятельности навыки планирования, самоорганизации, сотрудничества и предполагающий создание собственного продукта;
- приобретение навыков для решения исследовательских, творческих, социальных, предпринимательских и коммуникационных задач.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студентов в рамках изучения учебной дисциплины «Информационный менеджмент в веб-среде» включает:

- изучение учебно-методических материалов, размещенных на образовательном портале;
- изучение материалов из списка рекомендованной литературы, размещенных на образовательном портале;
- работы, предусматривающие решение задач и выполнение упражнений, выдаваемых на практических занятиях;
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
- подготовка презентаций на заданные темы;
- подготовка к зачету.

Критерии оценок результатов учебной деятельности

Оценка результатов учебной деятельности студентов осуществляется по 10-балльной системе. Текущий контроль знаний предполагает использование рейтинговой оценки знаний в течение семестра.

Для проведения текущей и промежуточной аттестации студентов устанавливаются следующие виды контроля: контролируемые самостоятельные задания, удаленные самостоятельные задания, а также индивидуальные тематические задания по подготовке текстово-графических презентаций.

Контролируемые самостоятельные задания проводятся с целью проверки и оценки усвоения студентами учебного материала в процессе изучения темы и носят стимулирующий и корректирующий характер.

Контроль выполнения индивидуальных тематических заданий по подготовке текстово-графических презентаций проводится с целью проверки достижения студентов не по отдельным элементам, а в логической системе, соответствующей структуре конкретной темы.

Основные виды контроля осуществляются в устной, письменной, практической формах и в их сочетании.

Схема оценки знаний студентов

Выставление рейтинговых отметок за семестр осуществляется как среднее арифметическое отметок на основе результатов тематического контроля с учетом преобладающего балла после проведения текущей и промежуточной аттестации студентов.

Контрольно-оценочным критерием выставления отметки служат следующие пять уровней усвоения учебного материала:

I уровень (низкий) – распознавание и различение понятий (оценивается от 1 до 2 баллов);

II уровень (удовлетворительный) – воспроизведение учебного материала по предмету на уровне памяти (оценивается от 3 до 4 баллов);

III уровень (средний) – воспроизведение и анализ предмета изучения на уровне понимания; описание и анализ действий с объектами изучения (оценивается от 5 до 6 баллов);

IV уровень (достаточный) – объяснение сущности объектов изучения; применение знаний на основе обобщенного алгоритма для решения новых учебных задач (оценивается от 7 до 8 баллов);

V уровень (высокий) – демонстрация возможностей по применению знаний в незнакомых, нестандартных ситуациях для решения качественно новых задач; самостоятельные действия и решения по описанию, объяснению и преобразованию объектов изучения (оцениваются от 9 до 10 баллов).

Итоговая отметка по учебной дисциплине выставляется как среднее арифметическое рейтинговой и зачетной отметок и с учетом динамики индивидуальных учебных достижений студента.

Примерный список вопросов к зачету

1. Требования к разработке информационного наполнения веб-ресурса.
2. Требования к созданию текстов, названиям страниц, написанию заголовков, удобочитаемости.
3. Требования к справочной информации.
4. Разработка мультимедийного наполнения. Подготовка мультимедиа, рисунков и фотографий, анимации, видео, звукозаписи, трехмерной графики.
5. Реклама в Интернет. Виды интернет-рекламы, сравнение с традиционными маркетинговыми каналами: печатная реклама, вещательная реклама, прямая почтовая рассылка.

6. Методы раскрутки сайта в Интернет.
7. Поисковые системы, каталоги, понятие успешной регистрации, успешной индексации.
8. Обмен ссылками. Участие в банерообмене.
9. Возможности пакета Adobe для работы с веб-графикой.
10. Создание и способы оптимизации Slice-ов.
11. Создание rollover-эффектов. Создание вторичных rollover-ов.
12. Создание макета шаблона веб-страницы.
13. Подготовка изображения. Разбиение изображения на фрагменты с помощью направляющих. Работа с картой изображения.
14. Оптимизация фрагментов изображения, создание URL-ссылок, создание и сохранение макета страницы.
15. Основные тэги HTML. Приемы редактирования документов.
16. Тэги форматирования текста.
17. Работа со списками, ссылками.
18. Работа с объектами. Вставка и приемы редактирования графических объектов.
19. Верстка сайта с помощью таблиц. Создание форм.
20. Основные настройки и элементы интерфейса программ Adobe Dreamweaver, Adobe Muse.
21. Создание шаблона для страниц сайта. Создание панели навигации сайта. Применение созданного шаблона к документам сайта.
22. Добавление текстовой информации на страницы сайта. Добавление графической информации на страницы сайта. Проверка на валидность сайта. Просмотр полученного отчета в браузере.
23. Добавление таблиц на страницы сайта. Создание карты сайта.
24. Проверка гиперссылок, совместимости с браузерами и корректности кода сайта.
25. Создание интерактивных изображений-ролловеров на страницах сайта. Создание интерактивного меню перехода.
26. Создание динамических Web-страниц.
27. Создание интерактивного эффекта проигрывания музыки при наведении указателя мыши. Создание горячих областей на изображении. Эффект создания нового окна браузера определенного размера.
28. Создание внешних ссылок для документа на страницы других сайтов. Создание эффекта появления в строке состояния пояснительного текста при наведении указателя мыши на ссылку.

Примерный список вопросов к экзамену

1. Технологические особенности веб-дизайна.
2. Четыре способа классификации веб-сайтов
3. Процесс веб-дизайна: контрольный список задач этапа выяснения.
4. Процесс веб-дизайна: подготовка креативного брифа.
5. Определение и этапы контент-маркетинга
6. Определение и причины востребованности performance-маркетинга

7. Цели и критерии оценки эффективности SEM
8. Комплексная performance-стратегия
9. SMO (Social Media Optimization)
10. Поисковые системы
11. Контекстная реклама
12. Контекстно-медийная реклама
13. Реклама на маркетплейсах
14. Поисковое продвижение
15. Трафиковое продвижение
16. Как устроены поисковые системы
17. Процесс индексации
18. Поиск релевантной информации, алгоритмы ранжирования
19. Типы поискового продвижения сайта
20. Подбор семантического ядра
21. Оптимизация контента
22. SEO-оптимизация статьи
23. Бриф и типы текстов
24. Классификация методов SEO
25. Авторитетность, трастовость, PR и ТИЦ
26. Как избежать ошибок брендинга
27. Диджитал-тренды 2019-2020
28. Чек-лист для чётких текстов
29. SEO-копирайтинг
30. Данные в презентациях powerpoint. Тренды 2020

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Мультимедийные технологии коммуникации	Технологий коммуникации и связей с общественностью	Изменений не требуется	Замечаний нет, протокол № 3 от 09.10.2020
Корпоративные медиа	Технологий коммуникации и связей с общественностью	Изменений не требуется	Замечаний нет, протокол № 3 от 09.10.2020
Технологии интернет-коммуникации	Технологий коммуникации и связей с общественностью	Изменений не требуется	Замечаний нет, протокол № 3 от 09.10.2020