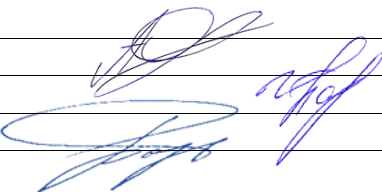


ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
ПРИЕМ 2019 г.
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная

Сайт как медиаинструмент борьбы за покупателя
--

Направление подготовки/ специальность	27.04.05 Инноватика		
Образовательная программа (направленность (профиль))	Цифровой маркетинг		
Специализация	Цифровой маркетинг		
Уровень образования	высшее образование – магистратура		
Курс	2	семестр	3
Трудоемкость в кредитах (зачетных единицах)	6		

Директор ШИП
Руководитель ООП
Преподаватель

	А.А. Осадченко
	И.А. Павлова
	Л.М. Борисова

2020

1. Роль дисциплины «Сайт как медиа инструмент борьбы за покупателя» в формировании компетенций выпускника:

Элемент образовательной программы (дисциплина, практика, ГИА)	Семес-тр	Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
				Код	Наименование
Сайт как медиа инструмент борьбы за покупателя	3	ПК(У)-10	Способность критически анализировать современные проблемы инноватики, ставить задачи и разрабатывать программу исследования, выбирать соответствующие методы решения экспериментальных и теоретических задач, интерпретировать, представлять и применять полученные результаты	ПК(У)-10.В 2	Владеет опытом прогнозирования конъюнктуры и трансформации сегментов рынка, в том числе с использованием аналитики социальных сетей
				ПК(У)-10.В 3	Владеет опытом разработки и реализации маркетинговых программ по элементам комплекса маркетинга
				ПК(У)-10. У2	Умеет прогнозировать конъюнктуру и трансформацию сегментов рынка, в том числе с использованием аналитики социальных сетей
				ПК(У)-10. У3	Умеет применять основные подходы, методы и инструменты цифрового маркетинга
				ПК(У)-10. 32	Знает методы прогноза конъюнктуры и трансформации сегментов рынка, в том числе с использованием аналитики социальных сетей
				ПК(У)-10. 33	Знает основ разработки маркетинговых программ по элементам комплекса маркетинга и основных подходов, методов и инструментов цифрового маркетинга
		ПК(У)-13	Способность осуществлять разработку и реализацию стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде на основе комплексного анализа рынка	ПК(У)-13. В2	Владеет опытом разработки стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде
				ПК(У)-13. У2	Умеет разрабатывать цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией
				ПК(У)-13. 32	Знает методов и инструментов стратегического анализа и планирования

2. Показатели и методы оценивания

Планируемые результаты обучения по дисциплине		Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование раздела дисциплины	Методы оценивания (оценочные мероприятия)
Код	Наименование			
РД1	Руководить реализацией бизнес-задач, выбирать оптимальные инструменты и техплатформы	ПК(У)-10	Раздел (модуль) 1. Юзабилити сайта (usability)	Защита отчета по совокупности

	цифрового маркетинга; разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы по элементам комплекса маркетинга с применением основных подходов, методов и инструментов цифрового маркетинга; анализировать информацию и базы данных о маркетинговой среде для принятия маркетинговых и управленческих решений, создавать и отслеживать эффективность тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях и т.д.			лабораторных работ
РД2	Организовать и проводить исследование и сегментацию рынка в географическом регионе и сети Интернет; выбирать соответствующие каналы маркетинга в зависимости от целей предприятия; настраивать рекламные кампании в цифровом пространстве и отслеживать их эффективность; разрабатывать реферальные кампании для продвижения продукта в рамках стратегии SMM; создавать различные виды контента: сообщения в блогах, социальные сообщения, инфографику, содержание веб-сайта, содержание целевой страницы	ПК(У)-10	Раздел (модуль) 2. Юзабилити анализ, и его влияние на продвижение сайтов	Защита отчета по совокупности лабораторных работ
РД3	Способность разрабатывать стратегию продвижения проекта компании в цифровой среде с использованием методов и инструментов стратегического анализа и планирования осуществлять разрабатывать цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией	ПК(У)-13	Раздел (модуль) 3. Оптимизация сайта	Защита отчета по совокупности лабораторных работ

3. Шкала оценивания

Порядок организации оценивания результатов обучения в университете регламентируется отдельным локальным нормативным актом – «Система оценивания результатов обучения в Томском политехническом университете (Система оценивания)» (в действующей редакции). Используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов обучения. Итоговая оценка (традиционная и литерная) по видам учебной деятельности (изучение дисциплин, УИРС, НИРС, курсовое проектирование, практики) определяется суммой баллов по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации (итоговая рейтинговая оценка - максимум 100 баллов).

Распределение основных и дополнительных баллов за оценочные мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации устанавливается календарным рейтинг-планом дисциплины.

Рекомендуемая шкала для отдельных оценочных мероприятий входного и текущего контроля

% выполнения задания	Соответствие традиционной оценке	Определение оценки
90%÷100%	«Отлично»	Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, их качество оценено количеством баллов, близким к максимальному
70% - 89%	«Хорошо»	Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество ни одного из них не оценено минимальным количеством баллов
55% - 69%	«Удовл.»	Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество некоторых из них оценено минимальным количеством баллов
0% - 54%	«Неудовл.»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям

Шкала для оценочных мероприятий экзамена

% выполнения заданий экзамена	Экзамен, балл	Соответствие традиционной оценке	Определение оценки
90%÷100%	18 ÷ 20	«Отлично»	Отличное понимание предмета, всесторонние знания, отличные умения и владение опытом практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, их качество оценено количеством баллов, близким к максимальному
70% - 89%	14 ÷ 17	«Хорошо»	Достаточно полное понимание предмета, хорошие знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество ни одного из них не оценено минимальным количеством баллов
55% - 69%	11 ÷ 13	«Удовл.»	Приемлемое понимание предмета, удовлетворительные знания, умения и опыт практической деятельности, необходимые результаты обучения сформированы, качество некоторых из них оценено минимальным количеством баллов
0% - 54%	0 ÷ 10	«Неудовл.»	Результаты обучения не соответствуют минимально достаточным требованиям

4. Перечень типовых заданий

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
1.	Защита отчета по лабораторной работе	Примерные вопросы к защите: 1. Назовите определения основных терминов, используемых в работе 2. Дайте определение и временные характеристики процессам, которые описанным в лабораторной работе 3. Аргументируйте необходимость включенных процессов 4. Оцените предполагаемый эффект от реализации планируемых процессов
2.	Выполнение курсового проекта	Выполнение курсового проекта По форме курсовая работа должна представлять собой письменную групповую или индивидуальную учебно-исследовательскую работу студентов для систематизации, закрепления теоретических знаний и практических навыков при решении конкретных маркетинговых задач, а также умении аналитически оценивать, защищать и обосновывать полученные результаты. Тематика проектов: 1. Чек-лист по редактированию сайта 2. Сайт как инструмент продаж 3. Борьба за клик: онлайн-инструменты привлечения пользователей 4. Интернет-маркетинг в вузе 5. Инструменты интернет-маркетинга. 6. Контент-маркетинг как инструмент продвижения бизнеса. 7. Принципы эффективного лендинга. 8. Линкбайтинг в поисковой оптимизации. 9. Линкбилдинг: продвижение сайта в топ естественными ссылками. 10. Лид-магниты. 11. Внутренняя SEO оптимизация. 12. Нестандартные маркетинговые инструменты в event-индустрии. 13. Дистрибуция контента. 14. Бренды как медиа: борьба за внимание. 15. Лид-магнит для Инстаграм. 16. Идеи линкбайтинга: привлечение естественных ссылок на сайт. 17. Анкор-лист и посадочная страница. 18. Метод массового линкбайтинга. 19. Контент-маркетинговая стратегия. 20. Латеральный маркетинг как инновационный вид маркетинга.

	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
3.	Защита курсового проекта	Примерные вопросы к защите курсового проекта: 1. Обоснуйте проблематику выбранной Вами темы. 2. Цель работы. 3. Какие авторы и в какой степени вели разработку данной проблемы? 4. Какие параметры в наибольшей степени отражают полное положение дел в рамках выбранной темы? 5. Какие теории и закономерности Вам удалось проследить, проводя исследование? 6. Какие выводы Вы сделали? 7. Охарактеризуйте шаги экономических агентов по решению или предупреждению проблемы. 8. Какие рекомендации, на Ваш взгляд, являются наиболее действенными в рамках решения рассматриваемой проблемы?
4.	Экзамен	Вопросы на экзамен: 1. Цифровые каналы продаж в борьбе за клиента. 2. Задачи цифровых каналов продаж. 3. Коммуникационные стратегии вталкивания и втягивания 4. Эргономичность интернет площадки. 5. Автоматизированные системы эргонометрического проектирования. 6. Основные требования к интерфейсу и его основным компонентам: средствам отображения информации и органам управления. 7. Изменение формата опций 8. Профессиональный аудит (анализ юзабилити) 9. Инструменты для оценки юзабилити сайта 10. Анализ и экспертная оценка интерфейсов. 11. Оценка интерфейсов 12. Процесс разработки пользовательского интерфейса. 13. Оптимизация сайта. 14. Навигация внутри экранной формы. 15. Эффективность методов направления клиента.

5. Методические указания по процедуре оценивания

	Оценочные мероприятия	Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания
1.	Посещение занятий (П) – 32 шт	Посещение занятий (лекций, практик, лабораторных работ) оценивается в 1 балл. Общее количество аудиторных занятий (лекции, практики, лабораторные работы) – 32 шт (64 часа), общее число баллов, которое может получить студент (за исключением контрольных мероприятий) – 32 баллов
2.	Выполнение отчета по лабораторной работе (ОЛБ) – 8 шт	Лабораторные работы выполняются в соответствии с календарным планом. Студенты объединены в рабочие группы, каждая из которых выполняет бизнес-кейс. Все работы выполняются на основе бизнес-кейсов заказчиков / собственных бизнес-кейсов. Отчеты по лабораторным работам выполняются в рамках самостоятельной работы. Выполнение каждой лабораторной работы в срок оценивается в 1 балл, общее число лабораторных работ 8 шт (16 часов), общее количество баллов за данный вид работ в рамках СРС – 8 баллов
3.	Защита отчета по лабораторной работе (ЗОЛБ) – 8 шт	Защита происходит устно, публично, с презентацией результатов этапа на конференц-неделях. Критерии оценивания одной защиты: • 1,25 балла Работа выполнена в полном объеме • 1,25 балла Работа выполнена корректно с рыночной точки зрения • 1,25 балла Работа оформлена в виде презентации • 1,25 балла Работа доложена участниками рабочей группы Суммарно за защиту каждой лабораторной работы каждый член рабочей группы получает 0-5 баллов. Всего в течение семестра каждый член рабочей группы может получить за выполнение этого мероприятия до 40 баллов
4.	Выполнение курсового проекта (ВКП)	Курсовой проект выполняется рабочими группами в письменном виде в должном оформлении и по сути резюмирует всю работу в семестре (лабораторные работы и прочее). Для эффективного решения маркетинговых задач имеется возможность использовать обширный учебно- методический материал, Интернет-ресурсы, научную и справочную литературу. Одним из существенных условий написания курсовой работы по выбранной теме является умение студентов оперировать статистическими данными и проводить их анализ, а так же представлять аналитическую информацию в виде таблиц, схем, графиков. Работа по выполнению курсового проекта может быть оценена максимум до 40 баллов – когда выполнены все запланированные типы работ, из них - 5 баллов за своевременную сдачу промежуточных этапов отчета - 5 баллов за актуальность выбранной тематики - 5 баллов за глубокое раскрытие темы - 5 баллов за расчет экономики предложенных маркетинговых мероприятий - 5 баллов за визуализацию аналитики в отчете

Оценочные мероприятия		Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания			
		- 5 баллов за соответствующее требованиям оформление отчета - 5 баллов за использование Яндекс.Метрика и/или Google Analytics - 5 баллов за конструктивную работу в команде Подготовленная курсовая работа подписывается студентом и представляется преподавателю на проверку в установленные календарным рейтингом планом курсового проекта сроки. Проверка курсовых проектов преподавателем осуществляется в течение трех дней после сдачи. Преподаватель оценивает выполнение курсового проекта и соответствие календарному рейтинговому плану по 40-балльной системе. Курсовая работа считается выполненной, а студент получает допуск к защите при получении 22 баллов, на титульном листе преподаватель делает отметку «К защите», проставляет набранное количество баллов и ставит подпись. Если в результате проверки студент получает меньшую сумму баллов, то работа возвращается студенту для доработки или переделки. Замечания преподаватель в письменном виде представляет студенту. На титульном листе делается отметка «Доработать» или «Переделать».			
5.	Защита курсового проекта (ЗКП)	Формой текущего контроля является защита курсового проекта, что позволяет выявить степень сформированности профессионального мышления студентов и освоенности программного материала в процессе самостоятельной работы над курсовым проектом. Защита состоит из двух этапов: краткое сообщение (4-5 минут) о сущности и результатах работы, которое проходит на основе заранее подготовленного доклада в форме презентации и предполагает свободное владение темой исследования и ответы на вопросы. Преподаватель может задавать по три вопроса каждому участнику рабочей группы по каждому разделу курсового проекта. Также преподаватель может задавать уточняющие и дополнительные вопросы. Критерии оценивания защиты курсового проекта			
		Критерий	11 - 20 баллов	4 - 10 баллов	0 - 3 баллов
		1. Соответствие содержания доклада и степень владения заявленной темой исследования	Содержание доклада соответствует заявленной теме и в полной мере её раскрывает, студент демонстрирует свободное владение темой	Содержание доклада, не в полной мере раскрывает заявленную тему, студент испытывает затруднения при докладе	Содержание доклада не соответствует заявленной теме, студент не способен передать основные этапы при написании работы
		2. Навыки проведения расчетов и оценка полученных результатов	Студент может рассказать алгоритм вычисления, демонстрирует формулы для вычисления и расчеты, может интерпретировать полученные результаты, понимает и демонстрирует взаимосвязь	Студент может рассказать алгоритм вычисления, испытывает затруднения при демонстрации формул для вычисления и расчетов, может интерпретировать полученные результаты, испытывает затруднения при демонстрации взаимосвязи	Студент испытывает затруднения или не может рассказать алгоритм вычисления, испытывает затруднения при демонстрации формул для вычисления и расчетов, не может интерпретировать полученные

Оценочные мероприятия		Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания				
			рассчитанных показателей.	рассчитанных показателей.	результаты, не понимает взаимосвязи рассчитанных показателей	
		3. Ответы на вопросы преподавателя	Студент свободно отвечает на все вопросы, демонстрирует свободной владение по каждому разделу курсовой работы и понимает взаимосвязь этих разделов.	Студент испытывает затруднения при ответе на все вопросы, дает полные ответы с помощью наводящих вопросов, демонстрирует свободной владение по каждому разделу курсовой работы и понимает взаимосвязь этих разделов.	Студент испытывает затруднения при ответе на все вопросы, не может дать ответ наводящих вопросов, не понимает взаимосвязи полученных показателей.	
		Преподаватель оценивает защиту курсового проекта и соответствие календарному рейтинг плану по 60-балльной системе. Защита считается выполненной, а студенты получают итоговую оценку по курсовому проекту при получении 33 баллов, на титульном листе преподаватель ставит баллы за защиту, а также сумму баллов (выполнение работы + защита). Если в результате защиты студент получает меньшую сумму баллов, то студент приходит на защиту повторно в часы консультаций преподавателя. Итоговая оценка за курсовой проект рассчитывается на основе полученной суммы баллов за выполнение курсовой работы и баллов, набранных при защите согласно календарному рейтинг-плану дисциплины.				
6.	Экзамен (Э)	В рамках изучаемых разделов дисциплины осуществляется текущее оценивание степени освоения студентами изученного материала. Проверка освоения лекционного материала проводится путем опросов после изучения темы. Проверка освоения материала практических занятий проводится по результатам выполнения лабораторных и практических работ. Допуск по итогу текущего контроля рассчитывается на основе суммы баллов, набранных за все виды оценочных мероприятий. Для допуска к экзамену студенту необходимо набрать 55 баллов и более по всем видам запланированных оценочных мероприятий. Экзамен проходит по билетам. Билет содержит 2 теоретических вопроса. Полный устный ответ на каждый вопрос дает максимум 10 баллов. При наличие ошибок, недочетов, упущений в вопросе число баллов снижается вплоть до 5 баллов. Минимальное допустимое число баллов для того, чтобы процедура экзамена состоялась, составляет 11 баллов. Критерии оценивания экзамена:				
		Критерий	6 - 10 баллов	5 – 1 баллов	0 баллов	Итого
		Ответ на экзаменационный вопрос в билете	Правильный ответ на вопрос	Частично правильный ответ на вопрос	Не правильный ответ на вопрос	20 баллов
		Максимальный балл за экзамен 20 баллов.				

КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ
2020 / 2021 учебный год

ОЦЕНКИ			Дисциплина <i>«Сайт как медиа инструмент борьбы за покупателя»</i>	Лекции	16	час.
«Отлично»	A	90 - 100 баллов		Практ. занятия	32	час.
				Лаб. занятия	16	час.
«Хорошо»	B	80 – 89 баллов		Всего ауд. работа	64	час.
	C	70 – 79 баллов		CPC	152	час.
«Удовл.»	D	65 – 69 баллов		ИТОГО	216	час.
	E	55 – 64 баллов			6	зе.
Зачтено	P	55 - 100 баллов				
Неудовлетворительно / незачтено	F	0 - 54 баллов				

Результаты обучения по дисциплине:

РД1	Руководить реализацией бизнес-задач, выбирать оптимальные инструменты и техплатформы цифрового маркетинга; разрабатывать и реализовывать маркетинговые программы по элементам комплекса маркетинга с применением основных подходов, методов и инструментов цифрового маркетинга; анализировать информацию и базы данных о маркетинговой среде для принятия маркетинговых и управленческих решений, создавать и отслеживать эффективность тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях и т.д.
РД2	Организовать и проводить исследование и сегментацию рынка в географическом регионе и сети Интернет; выбирать соответствующие каналы маркетинга в зависимости от целей предприятия; настраивать рекламные кампании в цифровом пространстве и отслеживать их эффективность; разрабатывать реферальные кампании для продвижения продукта в рамках стратегии SMM; создавать различные виды контента: сообщения в блогах, социальные сообщения, инфографику, содержание веб-сайта, содержание целевой страницы
РД3	Способность разрабатывать стратегию продвижения проекта компании в цифровой среде с использованием методов и инструментов стратегического анализа и планирования осуществлять разрабатывать цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией

Оценочные мероприятия:

Для дисциплин с формой контроля - экзамен

Оценочные мероприятия		Кол-во	Баллы
Текущий контроль:			80
П	Посещение занятия (ЛК, ПР, ЛБ)	32	32
ОЛБ	Выполнение отчета по лабораторной работе	8	8
ЗОЛБ	Защита отчета по лабораторной работе	8	40
Промежуточная аттестация:			20
ЭКЗ	Экзамен	1	20
ИТОГО			100

Для дисциплин с формой контроля – зачет
(дифференцированный зачет)

Оценочные мероприятия		Кол-во	Баллы
Текущий контроль:			
КП	Выполнение курсового проекта	1	40
ЗКП	Защита курсового проекта	1	60
ИТОГО			100

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	31.авг	РД1	Лекция 1 Цифровые каналы продаж в борьбе за клиента.	2		П	1	ОСН 1	ЭР 2,6	
			Практическое занятие 1. Роль цифровых каналов продаж	2		П	1	ОСН 2	ЭР3,4,6	
			Лабораторная работа 1 Влияние и последствия интернет-контакта покупателя с продавцом	2		П	1	ОСН 3	ЭР2,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		8	ОЛБ ЗОЛБ	6	ОСН 2	ЭР 2	
2	07.сен	РД1								
			Практическое занятие 2 Виды онлайн платформ	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		8			ДОП 1,2	ЭР 3,4,5	
3	14.сен	РД1	Лекция 2 Эргономичность интернет площадки.	2		П	1	ОСН 1	ЭР 2,6	
			Практическое занятие 3. Сайт как первая точка контакта покупателя с продавцом	2		П	1	ОСН 2	ЭР3,4,6	
			Лабораторная работа 2 Уровни бесперебойности работы сайта.	2		П	1	ОСН 3	ЭР2,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		8	ОЛБ ЗОЛБ	6	ОСН 2 ДОП 1,2	ЭР 3,4,5,6	
4	21.сен	РД1								
			Практическое занятие 4. Функции сайта	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		8			ОСН 2, ДОП 1,2	ЭР 3,4,5	
5	28.сен	РД1	Лекция 3 Изменение формата опций	2		П	1	ОСН 1	ЭР 2	
			Практическое занятие 5. Факторы доступности и бесперебойности работы сайта	2		П	1	ОСН 2	ЭР3,4,6	

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
			Лабораторная работа 3 Анализ и экспертная оценка интерфейсов (визуализации).	2		П	1	ОСН 3	ЭР2,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		10	ОЛБ ЗОЛБ	6	ОСН 2 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
6	05.окт	РД1								
			Практическое занятие 6. Постановка основных целей, преследуемых владельцем сайта	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		10			ОСН 2 ДОП 2,3	ЭР 3,4,5	
7	12.окт	РД1	Лекция 4 Профессиональный аудит (анализ юзабилити)	2		П	1	ОСН 1	ЭР 2,6	
			Практическое занятие 7. Выявление основных потребностей целевой аудитории	2		П	1	ОСН 2	ЭР3,4,6	
			Лабораторная работа 4 Проведение анализа пользователей с использованием системы Google Analytics..	2		П	1	ОСН 3	ЭР2,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		10	ОЛБ ЗОЛБ	6	ОСН 2 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
8	19.окт	РД1								
			Практическое занятие 8. Анализ сайта на предмет физической доступности	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		10			ОСН 2 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
9	26.окт		Конференц-неделя 1							
			Всего по контрольной точке (аттестации) 1	32	72		40			

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
10	02.ноя	РД1	Лекция 5 Анализ и экспертная оценка интерфейсов.	2		П	1	ОСН 2	ЭР3,4,6	
			Практическое занятие 9. Анализ сайта на предмет целостности и логичности структуры размещенной на нем информации	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3	
			Лабораторная работа 5 Оптимизация сайта wordpress	2		П	1	ОСН 3	ЭР2,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		10	ОЛБ ЗОЛБ	6	ОСН 2 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
11	09.ноя	РД3 РД4								
			Практическое занятие 10. Выбор из числа доступных наиболее подходящих методик и разработка пошагового алгоритма	2		П	1	ОСН 3	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		10			ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
12	16.ноя	РД1	Лекция 6 Оценка интерфейсов	2		П	1	ОСН 2	ЭР3,4,6	
			Практическое занятие 11. Доработка дизайна ресурса	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3	
			Лабораторная работа 6 Оптимизация сайта для мобильных устройств google	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		10	ОЛБ ЗОЛБ	6	ОСН 2, ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
13	23.ноя	РД1								
			Практическое занятие 12. Уникальная текстовая информация	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		10			ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
14	30.ноя	РД2	Лекция 7 Оптимизация сайта.	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3	

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
			Практическое занятие 13. Наладка работы функциональных элементов сайта	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3	
			Лабораторная работа 7. Оптимизация сайта под голосовой поиск	2		П	1	ОСН 3	ЭР 2,4, 6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		10	ОЛБ ЗОЛБ	6	ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5, 6	
15	07.дек	РД3 РД4								
			Практическое занятие 14. Механизм использования возможностей, предоставляемых посетителям ресурса.	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		10			ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5, 6	
16	14.дек	РД2	Лекция 8. Эффективность методов направления клиента.	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3	
			Практическое занятие 15. Метод направления клиента	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3	
			Лабораторная работа 8. Оптимизация сайта wix	2		П	1	ОСН 2	ЭР 3,4, 6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		10	ОЛБ ЗОЛБ	6	ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5, 6	
17	21.дек	РД2								
			Практическое занятие 16. Web usability интернет-магазина	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		10			ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5, 6	
18	28 дек		Конференц-неделя 2							
						ЗТ				
			Всего по контрольной точке (аттестации) 2	32	80		80			

Неделя	Дата начала недели	Результат обучения по дисциплине	Учебная деятельность	Кол-во часов		Оценочное мероприятие	Кол-во баллов	Информационное обеспечение		
				Ауд.	Сам.			Учебная литература	Интернет-ресурсы	Видео-ресурсы
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
			Экзамен			ЭКЗ	20			
			Общий объем работы по дисциплине	64	152		100			

Информационное обеспечение:

№ (код)	Основная учебная литература (ОСН)	№ (код)	Название электронного ресурса (ЭР)	Адрес ресурса
ОСН 1	Ризен Ю. С. Основы компьютерной графики и сайтостроения: учебное пособие [Электронный ресурс]/ Ю. С. Ризен, А. А. Захарова; Национальный исследовательский Томский политехнический университет (ТПУ). — 1 компьютерный файл (pdf; 3.5 MB). — Томск: Изд-во ТПУ, 2015. — Заглавие с титульного экрана. — Доступ из корпоративной сети ТПУ. — Схема доступа: http://www.lib.tpu.ru/fulltext2/m/2015/m264.pdf	ЭР 1	Справочно-правовая система КонсультантПлюс	http://www.consultant.ru/
ОСН 2	Сергеев, А. Н. Создание сайтов на основе WordPress: учебное пособие / А. Н. Сергеев. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2020. — 124 с. — ISBN 978-5-8114-5295-8. — Текст: электронный// Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/139278 (дата обращения: 27.07.2020).	ЭР 2	Университетская информационная система Россия	http://www.cir.ru
ОСН 3	Голова, А. Г. Управление продажами : учебник / А. Г. Голова. — Москва : Дашков и К, 2017. — 280 с. — ISBN 978-5-394-01975-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/93527 (дата обращения: 27.07.2020).	ЭР 3	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	https://elibrary.ru
№ (код)	Дополнительная учебная литература (ДОП)	ЭР 4	Электронно-библиотечная система «Лань»	https://e.lanbook.com/
ДОП 1	Таран, В.Н. Аудит и оценка юзабилити сайтов / В.Н. Таран, В.Е. Осыка, Р.С. Горшар // Бюллетень науки и практики. — 2016. — № 5. — С. 126-131. — ISSN 2414-2948. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/298053 (дата обращения: 27.07.2020).	ЭР 5	Юрайт, Электронно-библиотечная система (ЭБС)	https://www.biblio-online.ru
ДОП 2	Демьянов, С.А. SEO-оптимизация туристического сайта / С.А. Демьянов // Туризм и гостеприимство. — 2017. — № 1. — С. 29-33. — ISSN 2410-3810. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/journal/issue/301243 (дата	ЭР 6	НТБ ТПУ	http://www.lib.tpu.ru

	обращения: 27.07.2020).
ДОП 3	Сковиков, А. Г. Цифровая экономика. Электронный бизнес и электронная коммерция : учебное пособие / А. Г. Сковиков. — Санкт- Петербург : Лань, 2019. — 260 с. — ISBN 978-5- 8114-3703-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/119637 (дата обращения: 27.07.2020).

КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН
выполнения курсового проекта

по дисциплине	Сайт как медиа инструмент борьбы за покупателя
ООП подготовки	магистров
направления	27.04.05 Инноватика
на период	осенний семестр 2020/21 учебного года
Руководитель	И.А Павлова

Дата контроля*	Вид работы (аттестационное мероприятие)	Максимальный балл
Текущий контроль в семестре		40
01.09-27.09.2020	Выполнение работ по разделу «Юзабилити сайта (usability)»	10
28.09-25.10. 2020	Выполнение работ по разделу «Юзабилити анализ, и его влияние на продвижение сайтов»	10
Конференц-неделя 1 (КТ 1)		
02.11-29.11.2020	Выполнение работ по разделу «Юзабилити анализ, и его влияние на продвижение сайтов»	10
30.11-27.12.2020	Выполнение работ по разделу «Оптимизация сайта»	10
Промежуточная аттестация		60
Конференц-неделя 2 (КТ 2)	Защита проекта	60
Итого баллов по результатам работы в семестре и аттестационных мероприятий		100

