

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**  
**ПРИЕМ 2020 г.**  
**ФОРМА ОБУЧЕНИЯ очная**

<b>Управление коммуникациями в цифровой среде. SEO-копирайтинг</b>
--

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

Директор ШИП		А.А. Осадченко
Руководитель ООП		И.А. Павлова
Преподаватель		Л.М. Борисова

2020

**1. Роль дисциплины «Управление коммуникациями в цифровой среде. SEO-копирайтинг» в формировании компетенций выпускника:**

Элемент образовательной программы (дисциплина, практика, ГИА)	Семестр	Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
				Код	Наименование
Управление коммуникациями в цифровой среде. SEO-копирайтинг	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.В1	Владеет опытом анализа информации и баз данных о маркетинговой среде для принятия маркетинговых и управленческих решений
				ПК(У)-10.В4	Владеет опытом формирования уникального контента и интерфейса сайта, страницы компании
				ПК(У)-10.В5	Владеет опытом создания и отслеживания эффективности тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях
				ПК(У)-10.У1	Умеет принимать маркетинговые и управленческие решения на основе полученных результатов и отчетов
				ПК(У)-10.У4	Умеет прорабатывать содержание контента и интерфейса сайта, страницы на основании результатов проведенного аудита
				ПК(У)-10.У5	Умеет оценивать эффективность тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях
				ПК(У)-10.31	Знает инструменты анализа информации и баз данных о маркетинговой среде
				ПК(У)-10.34	Знает виды и принципы разработки контента (сообщений в блогах, социальных сообщений, инфографики, содержания веб-сайта, содержания целевой страницы)
				ПК(У)-10.35	Знает программы и инструменты создания тестовых сайтов, посадочных страниц, страниц в социальных сетях и оценки их эффективности
		ПК(У)-13	Способность осуществлять разработку и реализацию стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде на основе комплексного анализа рынка	ПК(У)-13.В1	Владеет опытом анализа рыночной ситуации и целевой аудитории
				ПК(У)-13.В2	Владеет опытом разработки стратегии продвижения проекта компании в цифровой среде
				ПК(У)-13.В3	Владеет опытом продвижения товаров и услуги компании в цифровой среде
				ПК(У)-13.У1	Умеет организовывать и проводить маркетинговые исследования для разработки стратегии продвижения
				ПК(У)-13.У2	Умеет разрабатывать цифровую стратегию продвижения проекта компании, коррелирующую с общей бизнес-стратегией
				ПК(У)-13.У3	Умеет применять основные подходы, методы и инструменты цифрового маркетинга в процессе реализации цифровой стратегии

Элемент образовательной программы (дисциплина, практика, ГИА)	Семестр	Код компетенции	Наименование компетенции	Составляющие результатов освоения (дескрипторы компетенций)	
				Код	Наименование
				ПК(У)-13.31	Знает методологию и методы проведения исследований рынка, в т.ч. в цифровом пространстве
				ПК(У)-13.32	Знает методы и инструменты стратегического анализа и планирования
				ПК(У)-13.33	Знает роль и значение цифровых каналов коммуникации как современных инструментов продвижения компании на рынке

## 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	Способность разрабатывать и оптимизировать контент-стратегию	ПК(У)-10 ПК(У)-13	<b>Раздел (модуль) 1. Контент маркетинг: успешный диалог с клиентом</b>	Защита отчета по совокупности лабораторных работ
РД2	Способность проводить SEO-оптимизацию интернет площадок компании	ПК(У)-10 ПК(У)-13	<b>Раздел (модуль) 2. SEO: поисковая оптимизация</b>	Защита отчета по совокупности лабораторных работ
РД3	Способность применять CRM-системы для оптимизации работы сайтов, лендинговых страниц	ПК(У)-13	<b>Раздел (модуль) 3. CRM системы: системы управления взаимоотношений с клиентами</b>	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	<p>Примерные вопросы к защите:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Назовите определения основных терминов, используемых в работе</li> <li>2. Дайте описание и временные характеристики процессам, которые описанным в лабораторной работе</li> <li>3. Аргументируйте необходимость включенных процессов</li> <li>4. Оцените предполагаемый эффект от реализации планируемых процессов</li> </ol>
2.	Экзамен	<p>Вопросы на экзамен:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Что такое контент-маркетинг?</li> <li>2. Работает ли контент-маркетинг?</li> <li>3. Каким образом маркетинг, не обсуждая и не продвигая наш продукт/услугу, помогает нам создавать потенциальных клиентов и продажи?</li> <li>4. Как контент-маркетинг может помочь целевой аудитории на протяжении всего процесса покупки?</li> <li>5. Как контент-маркетинг приносит доход?</li> <li>6. Каковы редакционные и коммерческие преимущества создания интерактивного контента?</li> <li>7. Что такое SEO-копирайтинг?</li> <li>8. Какая цель у SEO-копирайтинга?</li> <li>9. Чем занимается SEO-копирайтер?</li> <li>10. Я ничего не понимаю в ключевых словах, поможет ли SEO-копирайтинг?</li> <li>11. Почему на страницах так мало текста?</li> <li>12. Чем еще может помочь SEO-копирайтинг в деле продвижения сайтов?</li> <li>13. Почему SEO-копирайтер не составляет семантическое ядро?</li> <li>14. Должен ли сайт SEO-копирайтера быть первым в результатах поиска?</li> <li>15. Как выбрать копирайтера для SEO?</li> <li>16. Что такое CRM?</li> <li>17. Типы и назначение CRM – систем.</li> <li>18. Как внести в CRM первичные документы?</li> <li>19. Сколько стоит создать индивидуальную CRM?</li> <li>20. Технология внедрения системы управления взаимоотношениями с клиентами «1С:CRM ПРОФ»</li> <li>21. Анализ информации, полученной с помощью CRM-системы</li> </ol>

## 5. Методические указания по процедуре оценивания

	Оценочные мероприятия	Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания													
1.	Посещение занятий (П) – 24 шт	Посещение занятий (лекций, практик, лабораторных работ) оценивается в 1 балл. Общее количество аудиторных занятий (лекции, практики, лабораторные работы) – 24 шт (48 часов), общее число баллов, которое может получить студент (за исключением контрольных мероприятий) – 24 баллов													
2.	Выполнение отчета по лабораторной работе (ОЛБ) – 12 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 0,7 балла, общее число лабораторных работ 12 шт (24 часа), общее количество баллов за данный вид работ в рамках СРС – 8 баллов													
3.	Защита отчета по лабораторной работе (ЗОЛБ) – 12 шт	Защита происходит устно, публично, с презентацией результатов этапа на конференц-неделях. Критерии оценивания одной защиты: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 балл Работа выполнена в полном объеме</li> <li>• 1 балл Работа выполнена корректно с рыночной точки зрения</li> <li>• 1 балл Работа оформлена в виде презентации</li> <li>• 1 балл Работа доложена участниками рабочей группы</li> </ul> Суммарно за защиту каждой лабораторной работы каждый член рабочей группы получает 0-4 баллов. Всего в течение семестра каждый член рабочей группы может получить за выполнение этого мероприятия до 48 баллов													
4.	Экзамен (Э)	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Экзамен проходит по билетам. Билет содержит 2 теоретических вопроса. Полный устный ответ на каждый вопрос дает максимум 10 баллов. При наличии 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.</p> <p>Критерии оценивания экзамена:</p> <table border="1" data-bbox="555 1401 2058 1468"> <thead> <tr> <th>Критерий</th> <th>6 - 10 баллов</th> <th>5 – 1 баллов</th> <th>0 баллов</th> <th>Итого</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ответ на экзаменационный</td> <td>Правильный ответ на</td> <td>Частично правильный</td> <td>Не правильный ответ на</td> <td>20 баллов</td> </tr> </tbody> </table>				Критерий	6 - 10 баллов	5 – 1 баллов	0 баллов	Итого	Ответ на экзаменационный	Правильный ответ на	Частично правильный	Не правильный ответ на	20 баллов
Критерий	6 - 10 баллов	5 – 1 баллов	0 баллов	Итого											
Ответ на экзаменационный	Правильный ответ на	Частично правильный	Не правильный ответ на	20 баллов											

	Оценочные мероприятия	Процедура проведения оценочного мероприятия и необходимые методические указания				
		вопрос в билете	вопрос	ответ на вопрос	вопрос	
Максимальный балл за экзамен 20 баллов.						

**КАЛЕНДАРНЫЙ РЕЙТИНГ-ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ**  
**2021 / 2022 учебный год**

ОЦЕНКИ			Дисциплина <i>«Управление коммуникациями в цифровой среде. SEO-копирайтинг»</i>	Лекции	8	час.
«Отлично»	A	90 - 100 баллов			Практ. занятия	16
		80 – 89 баллов	Лаб. занятия		24	час.
«Хорошо»	B	70 – 79 баллов	<b>Всего ауд. работа</b>		48	<b>час.</b>
	C	65 – 69 баллов	СРС		168	час.
«Удовл.»	D	55 – 64 баллов	<b>ИТОГО</b>		<b>216</b>	<b>час.</b>
	E	0 - 54 баллов			<b>6</b>	<b>з.е.</b>
Зачтено	P	55 - 100 баллов				
Неудовлетворительно / незачтено	F	0 - 54 баллов				

**Результаты обучения по дисциплине:**

РД1	Применять современные подходы к управлению проектами, организовывать процессы управления инновационными проектами на разных стадиях жизненного цикла, в том числе в условиях риска и неопределенности. Прогнозировать конъюнктуру и трансформацию сегментов рынка, в том числе с использованием аналитики социальных сетей.
РД2	Руководить реализацией бизнес-задач, выбирать оптимальные инструменты и техплатформы цифрового маркетинга; осуществлять экспертизу проектов и бизнес-процессов, лоббировать, предвидеть и управлять возможными рисками, создавать инфраструктуру инновационной деятельности, разработать план и программу организации инновационной деятельности научно-производственного подразделения, осуществлять технико-экономическое обоснование инновационных проектов и программ

**Оценочные мероприятия:**

Для дисциплин с формой контроля - экзамен

Оценочные мероприятия		Кол-во	Баллы
<b>Текущий контроль:</b>			<b>80</b>
<b>П</b>	Посещение занятия (ЛК, ПР, ЛБ)	24	24
<b>ОЛБ</b>	Выполнение отчета по лабораторной работе	12	8
<b>ЗОЛБ</b>	Защита отчета по лабораторной работе	12	48
<b>Промежуточная аттестация:</b>			<b>20</b>
<b>ЭКЗ</b>	Экзамен	1	20
<b>ИТОГО</b>			<b>100</b>

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	30.авг	РД1	Лекция 1 Виды контента и каналы распространения.	2		П	1	ОСН 1,2	ЭР 2,3,4,6		
			Лабораторная работа 1 Разработка и реализация контент-стратегии.	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:								
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		10	ОЛБ ЗОЛБ	5	ОСН 2	ЭР 2		
2	06.сен	РД1	Лабораторная работа 2 Анализ эффективности мероприятий по реализации контент-стратегии.	2		П	1	ОСН 2, 2	ЭР 2,3, 4,5,6		
			Практическое занятие 1. Хороший и плохой контент.	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:								
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		10	ОЛБ ЗОЛБ	5	ДОП 1,2	ЭР 3,4,5		
3	13.сен	РД1	Лекция 2 Контент-стратегия и контент-план.	2		П	1	ОСН 1,2	ЭР 2,3,6		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:								
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		10			ОСН 2 ДОП 1,2	ЭР 3,4,5,6		
4	20.сен	РД1	Лабораторная работа 3 Семантическое	2		П	1	ОСН 2, 2	ЭР 2,3, 4,5,6		

			ядро сайта.							
			Практическое занятие 2. Виральность контента.	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		10	ОЛБ ЗОЛБ	5	ОСН 2, ДОП 1,2	ЭР 3,4,5	
5	27.сен	РД2	Лекция 3 Основы SEO-оптимизации. Виды и ресурсы продвижения.	2		П	1	ОСН 1,2	ЭР 2,3,6	
			Лабораторная работа 4 Специфические методы продвижения сайта.	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		10	ОЛБ ЗОЛБ	5	ОСН 2 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
6	04.окт	РД2								
			Практическое занятие 3. Личный контент-маркетинг и его популяризация.	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	11.окт	РД2	Лекция 4 Основы работы в CRM: идеи и практика	2		П	1	ОСН 1,2	ЭР 2,3,6	
			Лабораторная работа 5 Контекстное продвижение сайта.	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6	
			Выполнение							

			мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:								
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		10	ОЛБ ЗОЛБ	5	ОСН 2 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6		
8	18.окт	РД2	Лабораторная работа 6 Медийное продвижение.	2		П	1	ОСН 2, 2	ЭР 2,3, 4,5,6		
			Практическое занятие 4. Продвижение контента.	2		П	1	ОСН 2	ЭР 2,3		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:								
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		10	ОЛБ ЗОЛБ	5	ОСН 2 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6		
9	25.окт		<b>Конференц-неделя 1</b>								
			<b>Всего по контрольной точке (аттестации) 1</b>	<b>28</b>	<b>80</b>		<b>42</b>				
10	01.ноя	РД2	Лабораторная работа 7 Системы сбора статистики и аналитики.	2		П	1	ОСН 2, 2	ЭР 2,3, 4,5,6		
			Практическое занятие 5. Внешние ресурсы в продвижении.	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:								
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		11	ОЛБ ЗОЛБ	5	ОСН 2 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6		
11	08.ноя	РД2	Лабораторная работа 8 Жизненный цикл внедрения CRM.	2		П	1	ОСН 3	ЭР 2,3		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:								
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		11	ОЛБ ЗОЛБ	5	ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6		

12	15.ноя	РД2	Практическое занятие 6. Внутренние ресурсы сайта	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:								
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		11				ОСН 2, ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
			Лабораторная работа 9 Анализ бизнес-инфраструктуры и выработка требований. Применение методики по определению перечня требований к CRM.	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3		
13	22.ноя	РД2	Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:								
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		11	ОЛБ ЗОЛБ	5	ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6		
			Лабораторная работа 10 Ключевые особенности каждого этапа внедрения: анализ, дизайн проекта, реализация, внедрение и постпроектная поддержка.	2		П	1	ОСН 2, 2	ЭР 2,3, 4,5,6		
14	29.ноя	РД2	Практическое занятие 7. Основы внедрения CRM.	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6		
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:								
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		11	ОЛБ ЗОЛБ	5	ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6		
15	06.дек	РД2									

			Практическое занятие 8. Выбор CRM.	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Изучение тем, вынесенных на самостоятельную проработку		11			ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
16	13.дек	РД2	Лабораторная работа 11 Инструменты управления проектом внедрения CRM.	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3,4,6	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		11	ОЛБ ЗОЛБ	5	ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
17	20.дек	РД2	Лабораторная работа 12 Разработка плана проекта внедрения CRM в компании.	2		П	1	ОСН 2,3	ЭР 2,3	
			Выполнение мероприятий в рамках самостоятельной работы студента:							
			Выполнение и защита отчета по лабораторной работе		11	ОЛБ ЗОЛБ	5	ОСН 3 ДОП 1,2,3	ЭР 3,4,5,6	
18	27 дек		Конференц-неделя 2							
			<b>Всего по контрольной точке (аттестации) 2</b>	<b>20</b>	<b>88</b>		<b>80</b>			
			Экзамен			ЭКЗ	20			
			<b>Общий объем работы по дисциплине</b>	<b>48</b>	<b>168</b>		<b>100</b>			

#### Информационное обеспечение:

№ (код)	Основная учебная литература (ОСН)	№ (код)	Название электронного ресурса (ЭР)	Адрес ресурса
---------	-----------------------------------	---------	------------------------------------	---------------

ОСН 1	Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник / Ф. И. Шарков. — 4-е, изд. — Москва: Дашков и К, 2017. — 488 с. — ISBN 978-5-394-02089-6. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/93436">https://e.lanbook.com/book/93436</a> (дата обращения: 28.07.2020).	ЭР 1	Справочно-правовая система КонсультантПлюс	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>
ОСН 2	Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2018. — 131 с. — ISBN 978-5-394-02789-5. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/103778">https://e.lanbook.com/book/103778</a> (дата обращения: 28.07.2020).	ЭР 2	Университетская информационная система Россия	<a href="http://www.cir.ru">http://www.cir.ru</a>
ОСН 3	Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы: учебное пособие / П. А. Кузнецов. — Москва: Дашков и К, 2016. — 296 с. — ISBN 978-5-394-01068-2. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/70573">https://e.lanbook.com/book/70573</a> (дата обращения: 28.07.2020).	ЭР 3	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	<a href="https://elibrary.ru">https://elibrary.ru</a>
№ (код)	<b>Дополнительная учебная литература (ДОП)</b>	ЭР 4	Электронно-библиотечная система «Лань»	<a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>
ДОП 1	Глухов, А.П. Цифровое поколение: культура управления межличностными коммуникациями в социальных сетях / А.П. Глухов // Вестник Хакасского государственного университета им. Н.Ф. Катанова. — 2018. — № 25. — С. 74-77. — ISSN 2305-1256. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/journal/issue/309658">https://e.lanbook.com/journal/issue/309658</a> (дата обращения: 28.07.2020).	ЭР 5	Юрайт, Электронно-библиотечная система (ЭБС)	<a href="https://www.biblio-online.ru">https://www.biblio-online.ru</a>
ДОП 2	Кузнецов, П. А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса: практические приемы и технологии / П. А. Кузнецов. — Москва: Дашков и К, 2017. — 296 с. — ISBN 978-5-394-01183-2. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/107008">https://e.lanbook.com/book/107008</a> (дата обращения: 28.07.2020).	ЭР 6	НТБ ТПУ	<a href="http://www.lib.tpu.ru">http://www.lib.tpu.ru</a>
ДОП 3	Осипенков, Я. М. Google Analytics 2019. Полное руководство: руководство / Я. М. Осипенков. — Москва: ДМК Пресс, 2019. — 748 с. — ISBN 978-5-97060-788-6. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <a href="https://e.lanbook.com/book/140575">https://e.lanbook.com/book/140575</a> (дата обращения: 28.07.2020).			