

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.18 Методы и технологии продвижения
информационных ресурсов

наименование дисциплины (модуля) в соответствии с учебным планом

Направление подготовки / специальность

09.03.03 Прикладная информатика

Направленность (профиль)

09.03.03.31 Интернет технологии и мобильные приложения

Форма обучения

очная

Год набора

2022

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Программу составили _____

к.т.н., доцент, Троценко Л.С.

должность, инициалы, фамилия

1 Цели и задачи изучения дисциплины

1.1 Цель преподавания дисциплины

формирование у студентов представления о базовых понятиях и функциях продвижения в сфере Интернет-маркетинга;

2. приобретение студентами умения правильно выбирать стратегию продвижения в Интернете и корректировать ее в процессе выполнения;

3. изучение инструментов продвижения в Интернете;

4. приобретение студентами практических навыков проведения маркетинговых исследований в Интернете и продвижения веб-ресурсов, включая взаимодействие с популярными сервисами.

1.2 Задачи изучения дисциплины

Задачи соответствуют основным целям образовательной программы бакалавра:

1. развитие у студентов личностных качеств, а также формирование общекультурных-универсальных (общенаучных, социально-личностных, инструментальных) и профессиональных компетенций по данному направлению подготовки;

2. подготовка в области основ социальных, экономических, математических и естественнонаучных знаний, получение высшего профессионального образования, позволяющего выпускнику успешно проводить ориентированные на производство разработки и научные исследования, направленные на развитие и применение информационных технологий.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения по дисциплине
ПК-3: Способность моделировать прикладные процессы и предметную область	
ПК-3.1: Знать стандарты оформления технических заданий, методики описания и моделирования процессов, средства моделирования процессов	

ПК-3.2: Уметь декомпозировать функции на подфункции, производить оценку и обоснование рекомендуемых решений, применять методы и приемы формализации задач, интерпретировать бизнес-требования заказчика для составления тестовых сценариев	
ПК-3.3: Владеть описанием объекта, автоматизируемого системой, разработкой алгоритмов решения поставленных задач в соответствии с требованиями принятых в организации нормативных документов	
ПК-6: Способность осуществлять презентацию мобильных и интернет технологий и начальное обучение пользователей	
ПК-6.1: Владеть навыками формирования и предоставления отчетности в соответствии с установленными регламентами	
ПК-6.2: Уметь осуществлять коммуникации с заинтересованными сторонами,	
ПК-6.3: Владеть навыками осуществления обучения и наставничества,	
ПК-9: Способен определять и реализовывать комплекс мер по внутренней и внешней оптимизации интернет продуктов	
ПК-9.1: Знать интерфейсы взаимодействия с внешней средой, методологии разработки программного обеспечения и технологии программирования, методы и средства проектирования ИР, программные средства и платформы для разработки web-ресурсов, интерфейсы взаимодействия внутренних модулей системы	

ПК-9.2: Владеть навыками разработки и документирования программных интерфейсов	
ПК-9.3: Владеть навыками подключения программного продукта к компонентам внешней среды	

1.4 Особенности реализации дисциплины

Язык реализации дисциплины: .

Дисциплина (модуль) реализуется без применения ЭО и ДОТ.

2. Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад.час)	е
		1
Контактная работа с преподавателем:	2 (72)	
занятия лекционного типа	0,67 (24)	
практические занятия	1,33 (48)	
Самостоятельная работа обучающихся:	2 (72)	
курсовое проектирование (КП)	Нет	
курсовая работа (КР)	Да	
Промежуточная аттестация (Экзамен)	1 (36)	

3 Содержание дисциплины (модуля)

3.1 Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п		Модули, темы (разделы) дисциплины		Контактная работа, ак. час.							
				Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				Самостоятельная работа, ак. час.	
						Семинары и/или Практические занятия		Лабораторные работы и/или Практикумы			
				Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС	Всего	В том числе в ЭИОС
1. Понятие и функции продвижения											
		1. Поиск информации в Интернете	4								
		2. Общая архитектура поисковых систем	4								
		3. Классические модели поиска	4								
		4. Сравнительный анализ поисковых систем			10						
		5. Подготовка к практическим работам, тестирование							24		
2. SEO-оптимизация сайта в поисковых системах											
		1. Составление семантического ядра	2								
		2. Ссылочный профиль сайта	2								
		3. Разработка семантического ядра			10						
		4. Создание ссылочного профиля сайта			10						
		5. Подготовка к практическим работам, тестирование							24		
3. Технические аспекты продвижения сайтов											
		1. Технические аспекты продвижения: индексация, зеркала сайта, карты сайта, доступность сайта	4								

2. Продвижение в социальных сервисах	4							
3. Технический аудит сайта, исправление ошибок кода			10					
4. Подготовка сайта к рекламной кампании. Запуск и ведение контекстной рекламы			8					
5. Подготовка к практическим работам, тестирование							24	
Всего	24		48				72	

4 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

4.1 Печатные и электронные издания:

1. Пономарев Е. И., Кириченко Н. И., Шишов В. В., Ильин В. А. Информационное пространство сети Интернет в сфере коммуникации, образования и бизнеса: учеб. пособие(Красноярск: КГТЭИ).
2. Уиттакер Д., Арбон Д., Каролло Д., Васюхина А., Нечаева Ю. Как тестируют в Google(Санкт-Петербург: Питер).
3. Шасанкар К., Кузнецов А. Zend Framework 2.0. Разработка веб-приложений(Санкт-Петербург: Питер).
4. Ветцель К. Я. Интернет-маркетинг: учебное пособие(Красноярск: СФУ).
5. Симонович С. В., Евсеев Г. Новейший самоучитель по работе в Интернете: самоучитель(Москва: ДЕСС КОМ).
6. Ашманов И., Иванов А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах(Санкт-Петербург: Питер).
7. Скотт Д. М. Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем: перевод с английского (Москва: Альпина Паблшерз).

4.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства (программное обеспечение, на которое университет имеет лицензию, а также свободно распространяемое программное обеспечение):

1. MS Office, браузер Mozilla Firefox или Google Chrome, безопасный ftp-агент, редакторы кода веб-страниц.

4.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Система подбора поисковых запросов (<http://wordstat.yandex.ru/>);
2. Сервис сбора статистики страниц (<http://www.be1.ru/>);
3. Системы автоматического продвижения:
4. • Megaindex (<http://www.megaindex.ru/>),
5. • Sape Wisard (<http://www.seowizard.ru/>)
6. Системы контекстной рекламы:
7. • Google Adwords (<https://www.adwords.google.com>),
8. • Яндекс.Директ (<http://direct.yandex.ru/>)
9. Системы веб-аналитики:
10. • Google Analytics (<https://www.google.com/analytics/>),
11. • Яндекс.Метрика (<http://metrika.yandex.ru/>)

5 Фонд оценочных средств

Оценочные средства находятся в приложении к рабочим программам дисциплин.

6 Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Аудитория, оборудованная специализированной мебелью, компьютерами с подключением к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета, доступ к системе виртуальных машин, демонстрационное оборудование: интерактивная доска обратной проекции; доступ к беспроводной сети WI-FI, маркерная доска.

Занятия организуются с учетом возможности работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.