



Реклама



Государственное автономное профессиональное
образовательное учреждение
Стерлитамакский многопрофильный профессиональный колледж

СОГЛАСОВАНО
Руководитель
организации заказчика
Сарғәт Ғ.Сарғәт
(подпись) (инициалы, фамилия)
« 21 » 06 2022г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор КАПОУ СМПК
А.Н. Усевич
« 21 » 06 2022г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
элективного курса общеобразовательного цикла
ЭК.03 SMM - продвижение

Стерлитамак, 2022 год



Рабочая программа элективного курса разработана с учетом действующих ФГОС СОО и специфики ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама

Организация-разработчик: ГАПОУ СМПК

Разработчик:

Р.Р. Хаертдинов, преподаватель высшей квалификационной категории

ПЦК дизайна, рекламы и изобразительного искусства

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ЭЛЕКТИВНОГО КУРСА	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ЭЛЕКТИВНОГО КУРСА	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ЭЛЕКТИВНОГО КУРСА.....	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ЭЛЕКТИВНОГО КУРСА	15
5. ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ.....	16

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ЭЛЕКТИВНОГО КУРСА

1.1. Область применения элективного курса

Рабочая программа элективного курса ЭК.03 SMM – продвижение является частью ППССЗ специальности 42.02.01 Реклама

1.2. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины:

Освоение содержания элективного курса «SMM - продвижение» обеспечивает достижение студентами следующих результатов:

личностных:

формирование мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки и общественной практики, основанного на диалоге культур, а также различных форм общественного сознания, осознание своего места в поликультурном мире;

способность к речевому самоконтролю: оцениванию устных и письменных высказываний, эффективности достижения поставленных коммуникативных задач;

готовность и способность к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности;

способность к самооценке;

сформированность мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки и общественной практики, основанного на диалоге культур, а также различных форм общественного сознания, осознание своего места в поликультурном мире;

сформированность основ саморазвития и самовоспитания в соответствии с общечеловеческими ценностями и идеалами гражданского общества; готовность и способность к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности;

толерантное сознание и поведение в поликультурном мире, готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения;

готовность и способность к образованию, в том числе самообразованию, на протяжении всей жизни; сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности;

эстетическое отношение к миру;

совершенствование духовно-нравственных качеств личности, воспитание чувства любви к многонациональному Отечеству, уважительного отношения к русской литературе, культурам других народов;

- использование различных источников информации (словарей, энциклопедий, интернет-ресурсов и др.) для решения познавательных и коммуникативных задач;

метапредметных:

применение навыков сотрудничества со сверстниками, детьми младшего возраста, взрослыми в процессе речевого общения, образовательной, общественно полезной, учебно-исследовательской, проектной и других видах деятельности;

овладение нормами речевого поведения в различных ситуациях межличностного и межкультурного общения;

готовность и способность к самостоятельной информационно-познавательной деятельности, включая умение ориентироваться в различных источниках информации, критически оценивать и интерпретировать информацию, получаемую из различных источников;

умение извлекать необходимую информацию из различных источников: учебно-научных текстов, справочной литературы, средств массовой информации, информационных и коммуникационных технологий для решения когнитивных, коммуникативных и организационных задач;

умение понимать проблему, выдвигать гипотезу, структурировать материал, подбирать аргументы для подтверждения собственной позиции, выделять причинно-следственные связи в устных и письменных высказываниях, формулировать выводы;

умение самостоятельно организовывать собственную деятельность, оценивать ее, определять сферу своих интересов;

владение навыками познавательной, учебно-исследовательской и проектной деятельности, навыками разрешения проблем; способность и готовность к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания;

В результате освоения элективного курса студент должен знать:

- Основы и стратегии SMM
- Инструменты продвижения SMM
- Таргетированную рекламу

В результате освоения элективного курса студент должен уметь:

- Настраивать SMM
- Настраивать таргетированную рекламу
- Владеть аналитикой
- Работать с ТЗ

В результате освоения элективного курса студент должен освоить аспекты общих и профессиональных компетенций:

ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.
ЛР 2	Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.
ЛР 3	Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.
ЛР 7	Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.
ЛР 22	Стремящийся к повышению уровня самообразования, своих деловых качеств, профессиональных навыков, умений и знаний.

1.3. Количество часов на освоение рабочей программы дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 138 часа, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 92 часов;

самостоятельной работы обучающегося 46 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ЭЛЕКТИВНОГО КУРСА

2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	138
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	92
в том числе:	
Практические работы	82
контрольные работы	8
зачёт	2
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	46
в том числе:	
подготовка сообщений, презентаций, проектов	
<i>Промежуточная аттестация проводится в форме зачёта</i>	

2.2. Тематический план и содержание ЭК.03 SMM – продвижение

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, индивидуальный проект (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	
1	2	3	4	
Раздел 1. SMM специалист				
Тема 1.1. Основы и стратегии SMM	Содержание учебного материала			
	1 Введение в SMM	4	1	
	2 Стратегии в SMM		1	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> создание аккаунтов во всех социальных сетях		2	
Тема 1.2. Контент в SMM Тексты и визуалы	Содержание учебного материала			
	1 Контент в SMM	4	1	
	2 Тексты и визуалы		1	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> изучение контента в SMM и анализ		2	
Тема 1.3. Работа в «ВКонтакте» и «Facebook»	Содержание учебного материала			
	1 Работа в «ВКонтакте»		2	
	2 Работа в Facebook		2	
	Практические занятия			
	1. Работа в «ВКонтакте»	1		
	2. Работа в Facebook	1		
	<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> изучение «ВКонтакте» и «Facebook»		1	
Тема 1.4. Работа в Instagram и «Одноклассниках»	Содержание учебного материала			
	1 Работа в Instagram		1	
	2 Работа в «Одноклассниках»		1	
	Практические занятия			
	1. Работа в Instagram	1		
	2. Работа в «Одноклассниках»	1		
<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> Работа в Instagram и «Одноклассниках»		1		
Тема 1.5. Инструменты продвижения SMM. Таргетированная реклама	Содержание учебного материала			
	1 Инструменты продвижения SMM	2	1	
	2 Таргетированная реклама		1	
	Практические занятия			
	1. Работа с инструментами продвижения SMM	1		
	2. Запуск таргетированной рекламы	1		
	<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> запуск таргетированной рекламы		2	
	Содержание учебного материала			
	1 Изучение рекламных кабинетов		2	

Тема 1.6. Изучение рекламных кабинетов. Комьюнити-менеджмент	2	Создание сообществ		2
	Практические занятия			
	1.	Изучение рекламных кабинетов	1	
	2.	Комьюнити-менеджмент	1	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> изучение рекламных кабинетов.		1	
Тема 1.7. Аналитика. Работа с клиентом	Содержание учебного материала			
	1	Аналитика		2
	2	Работа с клиентом		2
	3	Управление проектом и командой		2
	Практические занятия			
	1.	Аналитика	2	
	2.	Работа с клиентом	2	
	3.	Управление проектом и командой	2	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> работа с клиентом		3	
Раздел 2. Специалист таргетолог				
Тема 2.1. Таргетированная реклама. Веб-аналитика и Яндекс Метрика	Содержание учебного материала			
	1	Введение в таргетированную рекламу		2
	2	Основы веб-аналитики и настройка Яндекс Метрики		2
	Практические занятия			
	1.	Запуск таргетированную рекламу	1	
	2.	Веб-аналитика и настройка Яндекс Метрики	1	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> настройка Яндекс Метрики		2	
Тема 2.2. Анализ аудитории и конкурентов. Интеллект-карты и офферы	Содержание учебного материала			
	1	Анализ аудитории и конкурентов		2
	2	Создание интеллект-карты и офферов		2
	Практические занятия			
	1.	Анализ аудитории и конкурентов	2	
	2.	Создание интеллект-карты и офферов	2	
<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> анализ аудитории и конкурентов		2		
Тема 2.3. Креативы для рекламных кампаний. Форматы продвижения рекламы Вконтакте	Содержание учебного материала			
	1	Подготовка креативов для рекламных кампаний		2
	2	Создание и форматы продвижения рекламы Вконтакте		2
	Практические занятия			
	1.	Подготовка креативов для рекламных кампаний	1	
	2.	Создание и форматы продвижения рекламы Вконтакте	1	
Содержание учебного материала				

Тема 2.4. Запуск рекламы на основе таргетинга. Ретаргетинг	1	Запуск рекламы на основе стандартного таргетинга		2
	2	Настройка ретаргетинга по посетителям сайта и похожие аудитории		2
	Практические занятия			
	1.	Запуск рекламы на основе стандартного таргетинга	2	
	2.	Настройка ретаргетинга по посетителям сайта и похожие аудитории	2	
Тема 2.5. Парсинг — персональные аудитории для бизнеса. Запуск, тестирование и оптимизация рекламных кампаний	Содержание учебного материала			
	1	Парсинг — персональные аудитории для бизнеса		2
	2	Запуск, тестирование и оптимизация рекламных кампаний		2
	Практические занятия			
	1.	Сбор информации о пользователях соцсетей	2	
	2.	Запуск, тестирование и оптимизация рекламных кампаний	2	
<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> запуск рекламных кампаний		2		
Тема 2.6. Работа с Google Analytics. Форматы продвижения рекламы в Facebook и Instagram	Содержание учебного материала			
	1	Работа с Google Analytics и отложенный спрос		2
	2	Создание и форматы продвижения рекламы в Facebook и Instagram		2
	Практические занятия			
	1.	Работа с Google Analytics и отложенный спрос	2	
	2.	Создание и форматы продвижения рекламы в Facebook и Instagram	2	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> работа с Google Analytics		2	
Тема 2.7. Настройки таргетингов в Ads Manager Facebook. Ретаргетинг.	Содержание учебного материала			
	1	Настройки таргетингов в Ads Manager Facebook		2
	2	Настройка ретаргетинга и событий для подсчета и оптимизации конверсий		2
	Практические занятия			
	1.	Настройки таргетингов в Ads Manager Facebook	2	
	2.	Настройка ретаргетинга и событий для подсчета и оптимизации конверсий	2	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> настройка ретаргетинга		2	
Тема 2.8. Оптимизация рекламных кампаний в Ads Manager. Продвижение мобильного приложения через Ads Manager	Содержание учебного материала			
	1	Запуск, тестирование и оптимизация рекламных кампаний в Ads Manager		2
	2	Продвижение мобильного приложения через Ads Manager		2
	Практические занятия			
	1.	Оптимизация рекламных кампаний в Ads Manager.	2	
	2.	Продвижение мобильного приложения через Ads Manager	2	
<i>Самостоятельная работа обучающихся:</i> продвижение мобильного приложения через Ads Manager		2		
Тема 2.9. Продвижение рекламы в Tik Tok.	Содержание учебного материала			
	1	Создание и форматы продвижения рекламы Tik Tok		2
	2	Работа с таргетингами и запуск рекламы Tik Tok		2

	Практические занятия		
	1. Создание и форматы продвижения рекламы Tik Tok	2	
	2. Работа с таргетингами и запуск рекламы Tik Tok	2	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся: работа с таргетингами и запуск рекламы Tik Tok</i>	2	
Тема 2.10. Продвижения рекламы в myTarget	Содержание учебного материала		
	1. Создание и форматы продвижения рекламы в myTarget		2
	2. Настройка таргетингов в myTarget		2
	Практические занятия		
	1. Создание и форматы продвижения рекламы в myTarget	1	
	2. Настройка таргетингов в myTarget	1	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся: настройка таргетингов в myTarget</i>	3	
Тема 2.11. Top@Mail и настройка ретаргетинга	Содержание учебного материала		
	1. Top@Mail и настройка ретаргетинга		2
	2. Создание, тестирование и оптимизация рекламных кампаний		2
	Практические занятия		
	1. Top@Mail и настройка ретаргетинга	2	
	2. Создание, тестирование и оптимизация рекламных кампаний	2	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся: создание, тестирование и оптимизация рекламных кампаний</i>	2	
Тема 2.12. Продвижение мобильных приложений через myTarget. Медиапланирование	Содержание учебного материала		
	1. Продвижение мобильных приложений через myTarget		2
	2. Медиапланирование и первые заказчики		2
	Практические занятия		
	1. Продвижение мобильных приложений через myTarget	1	
	2. Медиапланирование и работа с заказчиками	1	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся: продвижение мобильных приложений через myTarget</i>	1	
Раздел 3. Креативный копирайтинг для соцсетей			
Тема 3.1 Создание постов	Содержание учебного материала		
	1. Создание постов		1
	2. Виды постов		2
	Практические занятия		
	1. Создание постов	1	
	2. Создание разных видов постов	1	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся: создание разных видов постов на выбор</i>	1	
Тема 3.2 Контент в SMM	Содержание учебного материала		
	1. Написание постов		2
	2. Визуализация контента		2
	3. Подготовка спецпроектов		2

	Практические занятия		
	1. Написание постов	1	
	2. Визуализация контента	1	
	3. Подготовка спецпроектов	2	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся: создание контента в SMM</i>	3	
Раздел 4. Выбор специализации			
Тема 4.1. Influence-маркетинг	Содержание учебного материала		
	1. Продвижения товаров или услуг через инфлюенсеров		2
	2. Работа с лидерами мнений, создание нативной рекламы и оценка эффективности таких кампаний.		2
	Практические занятия		
	1. Продвижения товаров или услуг через инфлюенсеров	1	
	2. Работа с лидерами мнений, создание нативной рекламы и оценка эффективности таких кампаний.	1	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся: продвижения товаров или услуг через инфлюенсеров</i>	1	
Тема 4.2. Комьюнити в соцсетях	Содержание учебного материала		
	1. Комьюнити в соцсетях		2
	2. Сообщество вокруг бренда с нуля.		2
	Практические занятия		
	1. Работа с группами и пабликами в соцсетях	1	
	2. Работа с сообществами вокруг бренда	1	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся: работа с группами и пабликами в соцсетях</i>	1	
Тема 4.3. Мессенджер-маркетинг	Содержание учебного материала		
	1. Мессенджер-маркетинг		2
	2. Возможности мессенджеров для решения задач бизнеса.		2
	Практические занятия		
	1. Использование чат-ботов для улучшения взаимодействия с потенциальными клиентами	1	
	2. Использование возможностей мессенджеров для решения задач бизнеса.	1	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся: использование чат-ботов</i>	1	
Тема 4.4. Digital-стратегия	Содержание учебного материала		
	1. Digital-стратегия		2
	2. Потребности аудитории, digital-стратегия.		2
	Практические занятия		
	1. Управление взаимоотношениями с клиентами	2	
	2. Выявление потребностей аудитории	2	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся: выявление потребностей ЦА</i>	2	
Раздел 5. Итоговые проекты			
	Содержание учебного материала		

Тема 5.1. Создание контент-стратегии	1	Разработка контент-стратегии по брифу заказчика		2
	2	ЦА и контент план		2
	Практические занятия			
	1.	Сегментация ЦА, определение инструментов продвижения	2	
	2.	Создание контент-плана и подготовка постов разных форматов и рубрик.	2	
	<i>Самостоятельная работа обучающихся: создание контент-плана</i>		2	
Тема 5.2. Настройка рекламы в соцсетях	Содержание учебного материала			
	1	Проекты и таргетированная реклама		2
	2	«ВКонтакте», Facebook, Instagram, myTarget.		2
	Практические занятия			
	1.	Анализ проекта и подготовка к запуску таргетированной рекламы через рекламные кабинеты «ВКонтакте», Facebook	2	
	2.	Анализ проекта и подготовка к запуску таргетированной рекламы через рекламные кабинеты Instagram, myTarget.	2	
<i>Самостоятельная работа обучающихся: запуск таргетированной рекламы</i>		2		
Тема 5.3. Разработка креативной концепции	Содержание учебного материала			
	1	Инсайт посты,		2
	2	Сценарии для сторис		2
	Практические занятия			
	1.	Формулировка инсайта, генерация креативной идеи и на её основе создание рубрикатора тем.	2	
	2.	Написание постов, сценариев для сторис	2	
<i>Самостоятельная работа обучающихся: разработка креативной концепции</i>		2		
Зачёт			2	
			Итого	138

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ЭЛЕКТИВНОГО КУРСА

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

- Реализация учебной дисциплины требует наличия кабинета

Наименование учебного помещения	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
1	2	3
Мастерская Рекламы	<i>Лекции, лабораторные и практические занятия, тестирование</i>	<p>Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Кресло компьютерное • Стол учебный (1000x650, полка под системный блок) • Доска магнитно-маркерная 100x150 см., лаковое покрытие металлическая рама • Стол преподавательский (1500x700, 3 ящика, полка под системный блок) • Стол под принтер (1200x700) • Столы компьютерные (1500x650) • Столы компьютерные (1200x650) • Шкаф стеллаж комбинированный (2500*520*2700) <p>Технические средства обучения:</p> <ul style="list-style-type: none"> • МФУ лазерное Kyocera ECOSYS M2040dn • Наушники проводные с микрофоном (HyperX Cloud Stinger Core for PC HX-HSCSC2-BK черный) • Пульт для презентаций Trust Puntero Wireless Laser Presenter • Веб-камера ZET GAMING Cyclop M100R1 • Коммутатор D-Link DGS-1210-20/FL • Системный блок Intel • Клавиатура Sven KB-S305 • Мышь Defender Alfa GM-703L черный • Монитор 27" • экран; • мультимедийный проектор; • акустическая система.

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы, Интернет-ресурсов.

Основная литература

1. Чехов А.П. Реклама [Электронный ресурс] / А.П. Чехов. - М.: Инфра-М, 2021. - 2 с. - Режим доступа <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=518474> - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/518474>

3.3. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучение по образовательным программам среднего профессионального образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется на основе образовательных программ среднего профессионального образования, адаптированных при необходимости для обучения данной категории обучающихся.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья организовано совместно с другими обучающимися.

Обучение по образовательным программам среднего профессионального образования обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

В колледже созданы специальные условия для получения среднего профессионального образования, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ обучающимися с ограниченными возможностями здоровья:

- создание специальных социально-бытовых условий, обеспечивающих возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения колледжа, а также их пребывания в указанных помещениях (пандусы с входными группами, телескопические пандусы, перекатные пандусы, гусеничные мобильные подъемники, поручни) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата;

- использование в образовательном процессе специальных методов обучения и воспитания (организация отдельного учебного места вблизи размещения демонстрационного оборудования, дублирование основного содержания учебно-методического обеспечения в адаптированных раздаточных материалах, обеспечение облегченной практической деятельности на учебных занятиях, предупреждение признаков переутомления с помощью динамических пауз, соблюдение рационального акустического режима и обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации, замедленный темп индивидуального обучения, многократное повторение, опора на сохранные анализаторы, функции и системы организма, опора на положительные личностные качества);

- обеспечение преподавателем-предметником организации технической помощи обучающимся с ограниченными возможностями здоровья;

- дублирование справочной информации, расписания учебных занятий в адаптированной форме в зданиях колледжа на информационных мониторах и наличие адаптированного официального сайта колледжа по адресу www.mirsmpc.ru для слабовидящих.

Оснащение колледжа специальным, в том числе компьютерным, оборудованием для осуществления обучения лиц с ограниченными возможностями по зрению, слуху, движению двумя мобильными классами в составе:

- 12 ноутбуков,
- проектор,
- экран, 12 наушников с микрофоном,
- принтер.

Для осуществления обучения лиц с ограниченными возможностями по зрению на ноутбуках установлено программное обеспечение экранного увеличения с речевой поддержкой MagicPro, которое дает возможность:

- легко переключаться между увеличенным изображением экрана ПК и изображением с камеры;

- изменять текст и цвет фона;
- осуществлять захват изображений;
- регулировать уровень контрастности;
- увеличивать изображение на экране;
- использовать голосовое сопровождение текста.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ЭЛЕКТИВНОГО КУРСА

Контроль и оценка результатов освоения элективного курса осуществляется преподавателем в процессе проведения практических и лабораторных занятий, контрольных работ, а также выполнения обучающимися индивидуальных проектов.

Результаты обучения (обучающийся научится / получит возможность научиться)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<ul style="list-style-type: none">– <i>Основы и стратегии SMM</i>– <i>Инструменты продвижения SMM</i>– <i>Таргетированную рекламу</i>	оценка выполнения практических заданий оценка выполнения КИМов на зачёте
<ul style="list-style-type: none">– <i>Настраивать SMM</i>– <i>Настраивать таргетированную рекламу</i>– <i>Владеть аналитикой</i>– <i>Работать с ТЗ</i>	

Критерии оценивания результатов тестирования

Оценка	% выполнения тестовых заданий
Оценка «5»	свыше 90 -100
Оценка «4»	свыше 70 - 90
Оценка «3»	50 - 70
Оценка «2»	менее 50

