

**Разработка рабочей программы и фонда оценочных средств дисциплины  
«Таргетированная реклама» для направления подготовки  
«Информационные системы и технологии»**

*Пронина Ольга Юрьевна*

*Приамурский государственный университет им.Шолом-Алейхема  
студент магистратуры*

*Баженов Руслан Иванович*

*Приамурский государственный университет имени Шолом-Алейхема  
к.п.н., доцент, зав. кафедрой информационных систем, математики и  
методик обучения*

**Аннотация**

В статье рассматривается разработка рабочей программы и фонда оценочных средств дисциплины «Таргетированная реклама». Рассмотрено создание таблицы о знаниях, умениях, навыков полученных в ходе освоения дисциплины; о структуре и содержании учебной дисциплины; о разделах дисциплины и видах занятий; о содержании разделов дисциплины.

**Ключевые слова:** таргетированная реклама, рабочая программа, фонд оценочных средств.

**Development of a work program and a fund of evaluation tools of the  
«Targeted Advertising» discipline for the training course «Information  
Systems and Technologies»**

*Pronina Olga Yurievna*

*Sholom-Aleichem Priamursky State University  
master student*

*Bazhenov Ruslan Ivanovich*

*Sholom-Aleichem Priamursky State University  
Candidate of pedagogical sciences, associate professor, Head of the Department  
of Information Systems, Mathematics and teaching methods*

**Abstract**

The article deals with the development of a work program and a fund for evaluation tools of the «Targeted Advertising» discipline. Considered the creation of a table on knowledge, skills, skills obtained in the course of mastering discipline; On the structure and content of the academic discipline; On the sections of the discipline and types of activities; On the content of the discipline sections.

**Keywords:** targeted advertising, work program, fund of valuation means.

Рабочая программа позволяет учителю более подробно раскрыть сущность преподаваемой дисциплины, так как в ней описываются такие моменты как знания, умения, навыки при изучении дисциплины, её структура и содержание, разделы и виды занятий. Разработка фонда оценочных средств позволяет выявить уровень знаний студентов по учебной дисциплине.

Методические рекомендации по разработке рабочих программ написал О.Н.Клименко [1]. О своем опыте разработки рабочей программы технической дисциплины с учетом компетентностного подхода к образованию написал В.Н.Подлеснов [2]. Исследование к вопросу о разработке рабочей программы общепрофессиональной дисциплины описали В.П.Гуляев, Д.А.Данилов и др. [3]. Исследование о инновационной деятельности учителя при разработке рабочей программы в условиях ФГОС провела Н.С.Титова [4]. О особенностях разработки рабочих программ с учетом требований ФГОС провела исследование М.В.Шершнева [5]. Свое описание разработки фонда оценочных средств по дисциплине «Компьютерная графика» продемонстрировал в исследовании Е.А.Слива [6]. О своем опыте и проблемах разработки фонда оценочных средств учебной дисциплины для направления экономика написала О.А.Шушерина [7]. О проблеме разработки фондов оценочных средств в условиях реализации ФГОС СПО (на примере дисциплины «математика») написали Г.П.Долгина и Е.В.Новак [8]. О своей разработке фонда оценочных средств по дисциплине написала М.И.Томилова [9].

Для разработки учебной программы нужно точно знать цель, задачи и место дисциплины в учебном процессе. Все это прописывается в пункте 1.1. пояснительной записки рабочей программы (рис.1).

#### 1. Пояснительная записка

##### 1.1. Цели освоения и учебные задачи дисциплины, место дисциплины в структуре ООП.

Целью преподавания дисциплины является углубленное формирование у студентов понятий и знаний о таргетированной рекламе.

##### Задачи изучения дисциплины:

- знакомство со спецификой таргетированной рекламы;
- изучение практической реализации таргетированной рекламы в Интернет.

##### Место дисциплины:

- **цикл (раздел) ООП.** Дисциплина входит в Б.3 (вариативную общую часть) профессионального цикла образовательной программы бакалавра;

- **взаимосвязь с другими частями ООП.** Изучение данной дисциплины базируется на курсах «Информатика», «Контекстная реклама»;

- **требования к «входным» знаниям, умениям, готовностям.** Дисциплина базируется на знаниях и умениях, приобретенных при изучении школьного курса информатики и дисциплин «Информатика» и «Контекстная реклама».

- **дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимы как предшествующие.** Компетенции, приобретенные в ходе изучения дисциплины «Таргетированная реклама» готовят студента к освоению дисциплины «Предпринимательство в Интернет», прохождению учебной и производственных практик, выполнению выпускной квалификационной работы бакалавра.

Рисунок 1 – Цели освоения и учебные задачи дисциплины, место дисциплины в ООП

В пункте 1.2. описывается соответствие проектируемых результатов освоения дисциплины (знаний, умений, навыков) формируемым компетенциям, а именно содержание компетенций в соответствии с ФГОС ВО (рис.2).

**1.2. Соответствие проектируемых результатов освоения дисциплины (знаний, умений, навыков) формируемым компетенциям**

1.2.1. Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

Содержание компетенции в соответствии с ФГОС ВО	Код компетенции
владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения, умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь	ОК-1
умением применять методы и средства познания, обучения и самоконтроля для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетенции, сохранения своего здоровья, нравственного и физического самосовершенствования	ОК-6
способностью к письменной, устной и электронной коммуникации на государственном языке и необходимом знании иностранного языка	ОК-10
способностью научно анализировать социально значимые проблемы и процессы, умение использовать на практике методы гуманитарных, экологических, социальных и экономических наук в различных видах профессиональной и социальной деятельности	ПК-5

Рисунок 2 – Содержание компетенций в соответствии с ФГОС ВО

А также описываются знания, умения, навыки которые формируются в ходе освоения дисциплины (рис.3).

1.2.2. Освоение дисциплины направлено на формирование следующих знаний, умений, навыков:

	Знания, умения, навыки в соответствии с ФГОС ВПО	Код результата освоения
<b>Знать:</b>		
	основные понятия и виды таргетированной рекламы	З1
	содержание, функции и формы таргетированной рекламы	З2
	основную терминологию, связанную с продвижением в Сети	З3
	принципы работы социальных сетей	З4
<b>Уметь:</b>		
	планировать таргетированные рекламы в сети Интернет	У1
	размещать таргетированные рекламы	У2
<b>Владеть:</b>		
	навыками планировать таргетированные рекламы в сети Интернет	В1
	навыками размещать таргетированные рекламы	В2

Рисунок 3 – Знания, умения, навыки которые формируются в ходе освоения дисциплины

Следующим этапом описывается соответствие проектируемых результатов освоения дисциплины (знаний, умений, навыков) формируемым компетенциям (рис.4).

1.2.3. Соответствие проектируемых результатов освоения дисциплины (знаний, умений, навыков) формируемым компетенциям:

Коды результатов освоения	Код компетенции
З1, З2, У1, В2	ОК-1
З1, З2, У1, В2,	ОК-6
З1, З2, З3, З4, У1, У2, В2	ОК-10
З1, З2, У1, У2, В1, В2	ПК-5

Рисунок 4 - Соответствие проектируемых результатов освоения дисциплины (знаний, умений, навыков) формируемым компетенциям

Далее создается пункт №2, он раскрывает содержание и структуру учебной дисциплины. Первой таблицей в данной пункте является таблица «Объем дисциплины и виды учебной работы». Здесь описывается объем часов аудиторных и самостоятельных работ (рис.5).

## 2. Структура и содержание учебной дисциплины (модуля)

### 2.1. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 72 часов (указывается в соответствии с учебным планом).

Вид учебной работы	Объем часов	Семестры (объем часов)							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Общая трудоемкость дисциплины	72					72			
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>36</b>					36			
В том числе:									
Лекции	14					14			
Практические занятия	10					10			
Лабораторные работы	12					12			
<b>Самостоятельная работа (всего)</b>	<b>36</b>					36			
В том числе:									
Курсовой проект (работа)									
Расчетно-графические работы									
Реферат									
И (или) другие виды самостоятельной работы									
<b>Вид промежуточного контроля (зачет, экзамен)</b>									
<b>Всего:</b>	<b>72</b>					<b>72</b>			

Рисунок 5 - Объем дисциплины и виды учебной работы

В пункте 2.2. описывается содержание дисциплины, а именно разделы дисциплины и виды занятий (рис.6).

**2.2. Содержание дисциплины****2.2.1. Разделы дисциплин и виды занятий**

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	ЛК (час)	ПР (час)	ЛБ (час)	СРС (час)	Всего (час)
1	Введение в дисциплину «Таргетированная реклама».	4			2	6
2	Цели и задачи таргетированной рекламы.	6	6	4	12	28
3	Работа таргетированной рекламы.	2		4	4	10
4	Разновидности таргетированной рекламы	2	4	4	10	20
5	Подготовка к зачету				8	8
	<b>ВСЕГО</b>	<b>14</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>36</b>	<b>72</b>

Рисунок 6 - Разделы дисциплины и виды занятий

А также описываются содержание разделов дисциплины (рис.7).

## 2.2.2. Содержание разделов дисциплины

№ раздела	Наименование и содержание	Виды занятий	Объем часов	Из них в активных формах	Фиксирование применения активных форм обучения (с указанием вида)	Формируемые компетенции	Оценочные средства
1	<b>Введение в информационные технологии</b>						
	ЛК <sub>1</sub> . Понятие таргетированной рекламы.	ЛК	2			ОК-1, ОК-6	ТС-1, УО-4
	ЛК <sub>2</sub> . Направления таргетированной рекламы	ЛК СРС	2 2			ОК-1, ОК-6	ТС-1, УО-4
2	<b>Цели и задачи таргетированной рекламы.</b>						
	ЛК <sub>3</sub> . Цели таргетированной рекламы.	ЛК	2			ОК-1, ОК-6, ОК-10	ТС-1, УО-4
	ПР <sub>1</sub> . Цели таргетированной рекламы.	ПР СРС	4 4	4	выполнение практических задач	ОК-1, ОК-6, ОК-10, ПК-5, ПК-12	ТС-1, УО-3
	ЛК <sub>4</sub> . Задачи таргетированной рекламы.	ЛК	4			ОК-1, ОК-6, ОК-10, ПК-5, ПК-12	ТС-1, УО-4
	ПР <sub>2</sub> . Задачи таргетированной рекламы.	ПР СРС	2 4	2	выполнение практических задач	ОК-1, ОК-6, ОК-10, ПК-5, ПК-12	ТС-1, УО-3
	ЛБ <sub>1</sub> . Задачи таргетированной рекламы.	ЛБ СРС	4 4	4	выполнение практических задач с использованием ПК	ОК-1, ОК-6, ОК-10, ПК-5, ПК-12	ТС-1, УО-3, ОЛБ
	ЛБ <sub>2</sub> . Построение алгоритмов работы таргетированной рекламы.	ЛБ СРС	4 4	4	выполнение практических задач с использованием ПК	ОК-1, ОК-6, ОК-10, ПК-5, ПК-12	ТС-1, УО-3, ОЛБ
3	<b>Работа таргетированной рекламы.</b>						
	ЛК <sub>5</sub> . Этапы работы таргетированной рекламы.	ЛК	2			ОК-1, ОК-6, ОК-10	ТС-1, УО-4
	ЛБ <sub>3</sub> . Построение алгоритмов работы таргетированной рекламы.	ЛБ СРС	4 4	4	выполнение практических задач с использованием ПК	ОК-1, ОК-6, ОК-10, ПК-5, ПК-12	ТС-1, УО-3, ОЛБ
4	<b>Разновидности таргетированной рекламы.</b>						
	ЛК <sub>6</sub> . Виды таргетированной рекламы	ЛК	2			ОК-1, ОК-6, ОК-10	ТС-1, УО-4
	ЛБ <sub>3</sub> . Различие видов таргетированной рекламы реклама	ЛБ СРС	4 4	4	выполнение практических задач с использованием ПК	ОК-1, ОК-6, ОК-10, ПК-5, ПК-12	ТС-1, УО-3, ОЛБ
	ПР <sub>3</sub> . Различие видов таргетированной рекламы	ПР СРС	4 6	2	выполнение практических задач	ОК-1, ОК-6, ОК-10, ПК-5, ПК-12	ТС-1, УО-3
5.	Подготовка к зачету	СРС	8			ОК-1, ОК-6, ОК-10, ПК-5, ПК-12	УО-3, ТС-1
	<b>ИТОГО</b>		<b>72</b>				
	Итого аудиторных занятий		<b>36</b>				
	% занятий, проводимых в активных формах	<b>50</b>					

Рисунок 7 – Содержание разделов дисциплины

В пункте 2.2.3. описывается тематика курсовых работ, если они имеются в учебном плане.

Далее описывается третий пункт «Балльно-рейтинговая система контроля достижений студентов по дисциплине» (рис.8).

### 3. Балльно-рейтинговая система контроля достижений студентов по дисциплине

Формирование итоговой оценки:

- величина РУДД составляет менее 50 баллов – «неудовлетворительно»;
- величина РУДД составляет 51-74 баллов – «удовлетворительно»;
- величина РУДД составляет 75-87 баллов – «хорошо»;
- величина РУДД составляет 88-100 баллов – «отлично».

#### Распределение баллов по видам деятельности

Вид оцениваемой деятельности	Максимальное кол-во баллов
<b>5 семестр</b>	
Посещение лекций, активная вовлеченность в процесс	18
Выполнение практических работ	16
Выполнение лабораторных работ	40
Зачетный тест	26
<b>ИТОГО</b>	<b>100</b>

Для допуска к зачету требуется выполнение практических и лабораторных работ на сумму не менее 56 баллов.

Добор баллов: выполнение дополнительных заданий, решение задач.

Рисунок 8 - Балльно-рейтинговая система контроля достижений студентов по дисциплине

В четвертом пункте рабочей программы описывается учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля), а именно основная, дополнительная литература, интернет-ресурсы и информационное обеспечение.

Пятый пункт рабочей программы предназначен для материально-технического обеспечения дисциплины (модуля).

В шестом пункте записываются разработчики и эксперты рабочей программы (рис.9).

#### 6. Список разработчиков, экспертов рабочей программы

**Разработчики:**

**Эксперты:**

\_\_\_\_\_

(место работы)

\_\_\_\_\_

(занимаемая должность)

\_\_\_\_\_

(инициалы, фамилия)

\_\_\_\_\_

(место работы)

\_\_\_\_\_

(занимаемая должность)

\_\_\_\_\_

(инициалы, фамилия)

Рисунок 9 – Список разработчиков, экспертов рабочей программы

В разработку фонда оценочных средств, входят вопросы для зачета, тестовые вопросы, а также записываются компетенции, которые проверяют вопросы (рис.10).

#### Разработка фонда оценочных средств по дисциплине

Вопрос	Компетенция, которую проверяет вопрос
1. Что такое таргетированная реклама? а) это текстовые, медийные или мультимедийные объявления, которые демонстрируются только тем пользователям Сети, которые удовлетворяют определенному набору требований, заданному рекламодателем. б) это объявления в газетах. г) это объявления, которые направлены на привлечение молодежи участвовать в различных спортивных мероприятиях.	ПК1
2. Какое главное преимущество таргетированной рекламы? а) вызывает интерес среди безработных. б) возможность донести рекламное сообщение только до тех, кому оно действительно может быть интересно. г) показывать рекламные сообщения всем людям.	ПК1
3. Что показывает тематическая таргетированная реклама? а) показ рекламы по времени в течение дня, недели, года. б) показ рекламы в соответствии с интересами	ПК1

Рисунок 10 – Фонд оценочных средств по дисциплине

В ходе проведения исследования было рассмотрено разработка рабочей программы дисциплины «Таргетированная реклама» и фонда оценочных средств данной дисциплины. Рассмотрено создание таблицы о знаниях, умениях, навыков полученных в ходе освоения дисциплины; о структуре и содержании учебной дисциплины; о разделах дисциплины и видах занятий; о содержании разделов дисциплины.

#### Библиографический список

1. Клименко О.Н. Методические рекомендации по разработке рабочих программ // Начальная школа. 2010. №5. С. 86-88.
2. Подлеснов В.Н. Опыт разработки рабочей программы технической дисциплины с учетом компетентностного подхода к образованию // Актуальные вопросы профессионального образования. 2009. №10(58). С. 126-127.
3. Гуляев В.П., Данилов Д.А., Иванов М.С., Сазонова З.С. К вопросу о

- разработке рабочей программы общепрофессиональной дисциплины // Научные проблемы гуманитарных исследований. 2009. №9-1. С. 25-34.
4. Титова Н.С. Инновационная деятельность учителя при разработке рабочей программы в условиях ФГОС // Проблемы современного образования. 2013. №2. С. 95-103.
  5. Шершнева М.В. Особенности разработки рабочих программ с учетом требований ФГОС // Педагогические науки. 2014. №2(65). С. 25-27.
  6. Слива Е.А. Описание разработки фонда оценочных средств по дисциплине «Компьютерная графика» // Воспитание и обучение: теория, методика и практика III Международная научно-практическая конференция. 2015. С. 279-281.
  7. Шушерина О.А. Опыт и проблемы разработки фонда оценочных средств учебной дисциплины для направления экономика // Ответственный редактор М.В. Кочетков; Ответственный за выпуск:Т.А. Синюшкина, АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ Сборник научных трудов Международной научно-практической конференции. 2016. С. 194-200.
  8. Долгина Г.П., Новак Е.В. О проблеме разработки фондов оценочных средств в условиях реализации ФГОС СПО (на примере дисциплины «Математика») // Результаты современных научных исследований и разработок сборник статей победителей II Международной научно-практической конференции. 2017. С. 186-192.
  9. Томилова М.И. Разработка фонда оценочных средств по дисциплине // Развитие системы непрерывного медицинского образования в современных условиях Материалы XVIII межрегиональной учебно-методической конференции. Ответственный редактор: Ю.В. Агафонов, 2013. С. 80-81.