

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Директор ВШТЭ



Рабочая программа дисциплины

Б1.В.10

Разработка сайтов

Учебный план: _____ ФГОС3++b420301РЦС-1_26-14.plx

Кафедра: 35 Рекламы и современных коммуникаций

Направление подготовки: _____
(специальность) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: _____
(специализация) Реклама в цифровой среде

Уровень образования: _____
бакалавриат

Форма обучения: _____
очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
7	УП	17	34	56,75	0,25	3	Зачет
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	
Итого	УП	17	34	56,75	0,25	3	
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 512

Составитель (и):

Кандидат экономических наук, заведующий кафедрой

Лосева Ольга Сергеевна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и современных коммуникаций

Лосева О.С.

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Бескровная В.А.

Методический отдел:

Фахретдинова А. Р.

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать у студентов системное понимание процессов веб-разработки и практические навыки создания сайтов, необходимые для эффективного планирования, реализации и оценки результатов рекламных и PR-проектов в цифровой среде.

1.2 Задачи дисциплины:

1. Ознакомить с архитектурой и этапами жизненного цикла веб-сайта как медиапродукта.
2. Сформировать практические навыки работы с системами управления контентом (CMS) и конструкторами сайтов для оперативного развертывания проектов.
3. Научить базовым принципам верстки для грамотной коммуникации с техническими специалистами и внесения оперативных правок.
4. Развить способность проектировать структуру сайта исходя из целей коммуникационной стратегии, портрета целевой аудитории и воронки продаж.

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-6: Способен организовывать работы по созданию и редактированию контента сайтов
Знать: принципы архитектуры веб-контента, структуру сайта и требования к мультимедийным материалам.
Уметь: разрабатывать структуру информационного наполнения, создавать и адаптировать текстовый, графический и видеоконтент для эффективного решения коммуникационных задач
Владеть: навыками работы с системами управления контентом (CMS) и инструментами веб-редактуры для организации полного цикла производства сайта.

3 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)		
Раздел 1. Архитектура и инфраструктура веб-ресурсов. Сайт как инструмент коммуникации	7				О
Тема 1. Принципы функционирования сети Интернет и классификация сайтов		3	6	8	
Тема 2. Стратегия и UX/UI проектирование для рекламных проектов		3	8	8	
Раздел 2. Визуализация и верстка.					О
Тема 3. Инструменты веб-дизайна и адаптивная верстка		3	6	10	
Тема 4. Основы HTML и CSS для специалиста по рекламе		3	6	10	
Раздел 3. Управление проектами, аналитика и продвижение					О
Тема 5. Системы управления контентом (CMS) и no-code решения		2	3	10,75	
Тема 6. Поисковая оптимизация (SEO) и веб-аналитика		3	5	10	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)		17	34	56,75	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)		0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине		51,25		56,75	

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5 БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ

Использование балльно-рейтинговой системы не предусмотрено.

6. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ, КРИТЕРИЕВ, СИСТЕМЫ И СРЕДСТВ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

6.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения
ПК-6	Способен продемонстрировать знание структуры и этапов создания сайта,

	владение инструментарием веб-разработки для наполнения контентом, а также навыки адаптации интерфейса и оптимизации сайта под задачи рекламных коммуникаций и целевую аудиторию.
--	--

6.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Студент корректно использует профессиональную терминологию, понимает структуру клиент-серверного взаимодействия. Способен объяснить логику написанного кода, найти и исправить не критичную ошибку в простом фрагменте кода или обосновать выбор инструмента для решения рекламной задачи. Студент аргументирует, как техническое решение влияет на эффективность коммуникации с аудиторией (скорость загрузки, юзабилити, кроссбраузерность).	
Не зачтено	Студент не ориентируется в базовых понятиях HTML/CSS, путает принципы фронтенда и бэкенда, не может назвать этапы разработки сайта. Не может объяснить собственный код, демонстрирует полное отсутствие выполненных лабораторных/практических работ по пройденной теме. Предлагаемые решения противоречат техническому заданию или демонстрируют непонимание специфики «Рекламы и СО».	

6.3 Типовые контрольные задания и/или иные материалы, используемые для оценки результатов обучения

6.3.1 Типовые контрольные вопросы

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 7	
1	Этапы создания сайта.
2	Цели и задачи сайта для рекламного проекта.
3	Типы структур веб-страниц.
4	Различия между статическим и динамическим сайтом.
5	Назначение главной страницы сайта.
6	Правила построения навигации по сайту.
7	Роль текстового контента на сайте.
8	Требования к визуальному оформлению сайта.
9	Значение заголовков и подзаголовков на странице.
10	Способы размещения контактной информации.
11	Адаптация сайта под мобильные устройства.
12	Скорость загрузки страниц и её влияние на посетителя.
13	Внутренняя перелинковка страниц сайта.
14	Формы обратной связи на сайте.
15	Отличие лендинга от многостраничного сайта.
16	Размещение рекламных материалов на сайте.

17	Основные элементы пользовательского интерфейса.
18	Принципы юзабилити для рекламных сайтов.
19	Проверка работоспособности сайта перед публикацией.
20	Методы сбора данных о поведении посетителей сайта.

6.3.2 Типовые тестовые задания

НЕ ПРЕДУСМОТРЕНЫ

6.3.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Задание 1. Брифинг и запуск коммуникационного веб-проекта «под ключ»

Цель: Смоделировать полный цикл работы от получения брифа до презентации готового продукта клиенту (в роли которого выступает преподаватель или другая группа).

Описание:

Студенты работают в мини-группах (2–3 человека) или индивидуально. Задача: создать полноценный сайт (не обязательно с нуля, можно на конструкторе с кастомизацией кода) для реального или вымышленного проекта.

Бриф: Студент самостоятельно пишет бриф на разработку сайта (Целевая аудитория, Цели, УТП, Конкуренты, Бюджет, Сроки).

Дизайн и верстка: Разработка макета в Figma и последующая верстка/сборка на CMS (Tilda/WordPress) с использованием кастомных HTML/CSS блоков.

SEO и Контент: Написание мета-тегов для 3 ключевых страниц, создание уникальных текстов (не рыба), оптимизация изображений (WebP, alt-теги).

Презентация: Защита проекта перед комиссией (5 минут). Критерии оценки: соответствие брифа, удобство интерфейса (юзабилити), техническая реализация (скорость загрузки, валидность), грамотность текстов и аргументация решений.

Задание 2. Разработка интернет-магазина.

Цель: Понять логику построения e-commerce проекта с точки зрения маркетинга и удобства управления товарной матрицей.

Описание:

Создать интернет-магазин (минимальную версию) для узкой ниши (например, «Зоотовары», «Косметика ручной работы»).

Структура: Организовать каталог с категориями (не менее 2 категорий).

Товары: Добавить не менее 6 товаров. Для каждого товара заполнить: название, цену, описание (с акцентами на выгоду), фото, атрибуты (размер, цвет — где уместно).

Маркетинг: Настроить систему скидок (промокод на 10%) или акцию «Подарок за покупку».

Защита: Подготовить текст Политики обработки персональных данных и Пользовательского соглашения для соответствия законодательству (ФЗ-152).

Задание 3. Создание лендинга для сбора лидов

Цель: Сформировать навык создания одностраничного сайта, нацеленного на конкретное рекламное действие.

Описание:

Студент выступает в роли фрилансера, которому нужно создать посадочную страницу для продвижения условного продукта (на выбор: «Школа английского для маркетологов», «Дизайнерские сумки ручной работы», «Фитнес-марафон»).

Контент-план: Самостоятельно написать продающие тексты (заголовки, подзаголовки, преимущества) и подобрать изображения (или сгенерировать через нейросети) с соблюдением авторских прав.

Верстка: Разработать лендинг с использованием HTML, CSS и базового JavaScript.

Обязательные блоки: Первый экран с CTA (Call to Action), «О нас/Преимущества», «Отзывы» (карусель или сетка), «Форма захвата» (имя + телефон/email), карта (iframe).

Форма: Реализовать отправку данных формы без перезагрузки страницы (имитация отправки на сервер с помощью console.log или alert с выводом введенных данных).

6.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.4.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

6.4.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная ☒ Письменная ☐ Компьютерное тестирование ☐ Иная ☐

6.4.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Допуск: Студент допускается к зачету при выполнении всех требований рабочей программы (посещаемость, текущие работы).

Явка: Студент является в назначенное время.

Выбор задания: Студент устно отвечает на вопросы билета или по перечню, установленному преподавателем.

Подготовка: Предоставляется время на обдумывание (15–30 мин), разрешаются черновики.

Ответ: Студент устно излагает материал, преподаватель задает дополнительные вопросы для проверки глубины понимания.

Оценка: Выставляется «зачтено» (при полном, грамотном ответе) или «не зачтено» (при грубых ошибках, отказе отвечать).

Фиксация: Результат вносится в ведомость в день проведения зачета.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
7.1.1 Основная учебная литература				
Перепелица, Ф. А.	Разработка интерактивных сайтов с использованием jQuery	Санкт-Петербург: Университет ИТМО	2015	http://www.iprbookshop.ru/68076.html
Лучанинов, Д. В.	Основы разработки веб-сайтов образовательного назначения	Саратов: Ай Пи Эр Медиа	2018	http://www.iprbookshop.ru/70775.html
Фролов, А. Б., Нагаева, И. А., Кузнецов, И. А., Нагаевой, И. А.	Web-сайт. Разработка, создание, сопровождение	Саратов: Вузовское образование	2020	http://www.iprbookshop.ru/93989.html
Мациевский, Н. С., Степанищев, Е. В., Кондратенко, Г. И.	Реактивные веб-сайты. Клиентская оптимизация в алгоритмах и примерах	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/97580.html
Богун, В. В.	Сетевые технологии. Обработка форм в рамках динамических Интернет-сайтов	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2020	http://www.iprbookshop.ru/98502.html
Беликова, С. А., Беликов, А. Н.	Основы HTML и CSS: проектирование и дизайн веб-сайтов	Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета	2020	http://www.iprbookshop.ru/100186.html
7.1.2 Дополнительная учебная литература				
Мациевский Н. С., Степанищев Е. В., Кондратенко Г. И.	Реактивные веб-сайты. Клиентская оптимизация в алгоритмах примерах	Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Вузовское образование	2017	http://www.iprbookshop.ru/67373.html
Леврик Михаэль, Линк Патрик, Лейфер Ларри	Дизайн-мышление. От инсайта к новым продуктам и рынкам	Санкт-Петербург: Питер	2020	https://ibooks.ru/reading.php?short=1&productid=365312

7.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

База данных Минэкономразвития РФ «Информационные системы Министерства в сети Интернет» [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/>

Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>

Организация Объединенных Наций. База данных по торговле сырьевыми товарами (United Nations Commodity Trade Statistics Database) [Электронный ресурс]. URL: <https://comtrade.un.org/db/default.aspx>

Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/>

7.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftWindows 8

MicrosoftOfficeProfessional 2013

Microsoft: Office Standard 2016 Russian OLP NL AcademicEdition

Microsoft: WIN HOME 10 Russian OLPNL AcademicEdition Legalization GetGenuine

7.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска