Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костылева Татьяна Александровна
Должность: Первый проректор
Дата подписания: 05.11.2026 13:19:21
Уникальный программный ключ:
eda71915aed78d255b9c5c3d59dda09929ea816

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Югорский государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель программы развития
_____ Т.А. Грошева
«14» 10 2026 г

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПЕРЕПОДГОТОВКИ

«Цифровой дизайн»

Документ: ДПО ПП
Дата разработки: 21.05.2026

Номер и дата регистрации:
№ ДП-12-96 от 14.10.2026
№_____от_____
№_____от_____

г. Ханты-Мансийск, 2026 год

ФГБОУ ВО "Югорский государственный университет"

Лист согласования

Служебная записка №18650 от 21.09.2026 "Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки "Цифровой дизайн" (ИД: 495009, Версия 1)

Ответственный: Малахова Е.А. (Руководитель)

Согласующий	Результат	Комментарий	Статус ЭП	Версия	Дата/Время
Ведущий менеджер (Стратегический проектный офис) Змановская Анна Степановна за **Руководитель (Стратегический проектный офис)** Каверин Александр Александрович	Согласовано		Действующая	1	07.10.2026 10:50
Первый проректор (РЕКТОРАТ) Костылева Татьяна Александровна	Согласовано		Действующая	1	07.10.2026 10:55
Первый проректор (РЕКТОРАТ) Костылева Татьяна Александровна за **Руководитель программы развития (РЕКТОРАТ)** Грошева Татьяна Александровна	Согласовано	Принято к сведению.	Действующая	1	12.10.2026 11:23
Доцент (ЦЕНТР ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ИНЖИНИРИНГА) Лебедева Илона Дмитриевна	Согласовано		Действующая	1	23.09.2026 03:57
Доцент (ИНЖЕНЕРНАЯ ШКОЛА ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ) Иванова Наталья Дмитриевна	Согласовано		Действующая	1	24.09.2026 04:05

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ

Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки «Цифровой дизайн» составлена в соответствии с требованиями приказа Министерства образования и науки РФ от 24.03.2025 № 266 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам». Содержание программы соответствует нормам Трудового кодекса Российской Федерации, нормативным актам Российской Федерации в области профессионального образования. При составлении программы учитывались требования профессионального стандарта, указанные в приказе Минтруда России от 19.07.2022 № 420н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам». Программа разработана на основании требований к результатам освоения образовательных программ федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлениям подготовки 38.03.01 Экономика, 38.03.02 Менеджмент, 40.03.01 Юриспруденция, 42.03.02 Журналистика, 44.03.02 Психолого-педагогическое образование, 44.03.03 Специальное (дефектологическое) образование, 45.03.01 Филология, 45.03.02 Лингвистика, 49.03.01 Физическая культура.

Дополнительная профессиональная программа профессиональной переподготовки «Цифровой дизайн» является программой ФГБОУ ВО «Югорский государственный университет», интегрированной с программой высшего образования по направлениям подготовки 38.03.01 Экономика, 38.03.02 Менеджмент, 40.03.01 Юриспруденция, 42.03.02 Журналистика, 44.03.02 Психолого-педагогическое образование, 44.03.03 Специальное (дефектологическое) образование, 45.03.01 Филология, 45.03.02 Лингвистика, 49.03.01 Физическая культура 2025 года набора. Программа реализуется с целью обеспечения академического права обучающихся на одновременное получение нескольких квалификаций путем освоения образовательной программы высшего образования, интегрированной с дополнительной профессиональной программой профессиональной переподготовки, предусмотренного пунктом 6 части 1 статьи 34 и частью 8.1 статьи 12 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», с учетом Методических рекомендаций по разработке и реализации образовательных программ высшего образования, предусматривающих возможность одновременного получения обучающимися нескольких квалификаций, (письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 21.07.2023 № МН-5/2645-ДА «О применении отдельных норм законодательства об образовании»).

1.1. Цель реализации программы:

Целью реализации программы является формирование у обучающихся профессиональных компетенций, необходимых для выполнения нового вида профессиональной деятельности по коду 06.013.

1.2. Трудоемкость (объем) программы:

Нормативный срок освоения программы – 10 зачетных единиц / 360 часов.

Учебная нагрузка – не более 36 часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы слушателя.

1.3. Форма обучения – очная, с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

1.4. Категория обучающихся: обучающиеся ФГБОУ ВО «Югорский государственный университет» по направлениям подготовки 38.03.01 Экономика, 38.03.02 Менеджмент, 40.03.01 Юриспруденция, 42.03.02 Журналистика, 44.03.02 Психолого-педагогическое образование, 44.03.03 Специальное (дефектологическое) образование, 45.03.01 Филология, 45.03.02 Лингвистика, 49.03.01 Физическая культура 2025 года набора.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА НОВОГО ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, НОВОЙ КВАЛИФИКАЦИИ, ТРУДОВЫХ ФУНКЦИЙ И (ИЛИ) УРОВНЕЙ КВАЛИФИКАЦИИ

2.1. Область профессиональной деятельности

Профессиональная деятельность в области организации работ по созданию и редактированию контента сайтов.

2.2. Объекты профессиональной деятельности:

- Цифровые продукты, интерфейсы и сервисы: веб-сайты, мобильные приложения, пользовательские интерфейсы и опыт взаимодействия;
- Визуальные коммуникации и контент: цифровой брендинг, графические макеты, анимация, моушн-дизайн и 3D-графика;
- Методологии, инструменты и исследования: пользовательские исследования, прототипирование, дизайн-системы и процессы разработки цифровых решений.

2.3. Виды и задачи профессиональной деятельности:

Проектно-дизайнерская деятельность:

- разработка дизайн-концепций и креативных решений для цифровых продуктов;
- создание пользовательских интерфейсов и прототипов веб-сайтов и мобильных приложений;

разработка адаптивных макетов и визуального контента для различных цифровых платформ;

Производственно-технологическая деятельность:

- подготовка графических материалов к реализации в цифровой среде;
- создание и адаптация дизайн-систем и компонентов пользовательских интерфейсов;
- проведение тестирования цифровых продуктов на соответствие техническим требованиям;

Организационно-управленческая деятельность:

- планирование и контроль выполнения этапов дизайн-проектов;
- взаимодействие с заказчиками и участниками проектной команды;
- управление сроками и приоритетами в реализации дизайн-проектов.

2.4. Квалификация, уровень квалификации в соответствии с профессиональным стандартом: контент-менеджер (6 уровень квалификации).

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

По завершении обучения обучающиеся должны обладать следующими компетенциями:

- Организация работ по созданию и редактированию контента сайтов (ПК 1.1)

В результате освоения программы профессионального обучения обучающийся должен

знать:

- Основные принципы и технологии управления проектами (ПК 1.1 З-1.1.1);
- Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента (ПК 1.1 З-1.1.2);
- Основы менеджмента (ПК 1.1 З-1.1.3);
- Ключевые методы и средства организации командной работы (ПК 1.1 З-1.1.4);

уметь:

- Составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации (ПК 1.1 У-1.1.1);
- Работать с большими объемами информации (ПК-1.1 У-1.1.2);
- Вести документацию по проектам и работам (ПК 1.1 У-1.1.2).

владеть:

- навыком планирования работ по наполнению сайта (ПК 1.1 В-1.1);
- навыком подготовки заданий для исполнителей (ПК 1.1 В-1.2);
- навыком распределения работы по созданию и редактированию контента (ПК 1.1 В-1.3);
- навыком координации работы по созданию и редактированию контента (ПК 1.1 В-1.4);
- навыком мониторинга и оценки результатов выполнения работ, формулирования замечаний (ПК 1.1 В-1.5);
- навыком документирования сведений о процессах и результатах выполнения работ исполнителями (ПК 1.1 В-1.6).

3. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

3.1 Учебный план

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Всего, час.	Форма занятий					Форма контроля
			лекции	практические / лабораторные занятия	консультации	производственная / учебная практика	самостоятельная работа	
1	**Академическое письмо и визуальная грамотность**	**108**	**10**	**20**	**-**	**-**	**78**	
1.1	Академическое письмо как вид деятельности. Базовые элементы и единицы академического текста. Основные принципы построения научного текста.	**9**	**1**	**2**	**-**	**-**	**6**	
1.2	Документы научного стиля как текстовая структура: научная статья, монография, диссертация, автореферат, научный доклад, реферат, аннотация, рецензия; заявка на грант. Учебник, учебно - методическое пособие, лекция, патент, договор.	**9**	**1**	**2**	**-**	**-**	**6**	
1.3	Работа с текстом. Текст как фиксированная мысль. Символика текста. Устная и письменная речь. Смысловая целостность текста. Элементы текста. Редактирование научного текста, виды и техника его правки. Общая схема редактирования научного текста.	**9**	**1**	**2**	**-**	**-**	**6**	**зачет**
1.4	Стратегия информационного поиска и основные правила его осуществления. Поисковый образ документа, поисковый образ запроса. Закон рассеивания информации. Условия поиска. Релевантность, пертинентность и их отличие. Формулировка задачи. Разработка программы поиска. Реализация поиска и оформление результатов. Глубина поиска. Полнота и точность поискового запроса. Технологии и алгоритмы поиска. Правовое регулирование отношений в сфере обращения электронных документов.	**11**	**1**	**2**	**-**	**-**	**8**	
1.5	Информационные тексты: принципы написания, Продажа. Виды копирайтинга. Копирайтинг в контексте целей и задач	**11**	**1**	**2**	**-**	**-**	**8**	

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Всего, час.	Форма занятий					Форма контроля
			лекции	практические / лабораторные занятия	консультации	производственная / учебная практика	самостоятельная работа	
	рекламы. SEO-копирайтинг. LSI-копирайтинг.							
1.6	Рерайтинг как текст и приемы рерайтинга.	9	1	2	-	-	6	
1.7	Основы визуализации данных и визуализации восприятия. Выбор визуализации текстов под разные типы данных.	9	1	2	-	-	6	
1.8	Способы и методы повышения эффективности и действенности визуализации контента. Визуальный сторителлинг.	11	1	2	-	-	8	
1.9	Актуальные форматы визуализации: фотографика, типографика, инфографика, видео.	11	1	2	-	-	8	
1.10	Сервисы для визуализации данных	19	1	2	-	-	16	
2	**Цифровой маркетинг**	**108**	**10**	**20**	-	-	**78**	
2.1	Технологии формирования бренда в цифровом пространстве. Интернет-брендинг.	14	2	4	-	-	8	
2.2	Психологические основы маркетинга. Эмоциональный маркетинг. Поведенческие эффекты в маркетинге.	26	2	4	-	-	20	
2.3	Потребитель в цифровой среде. Методы исследования потребителя. Цифровой профиль потребителя. Психотипы потребителей в социальных сетях. Психолингвистика и визуальная психология в цифровом маркетинге.	26	2	4	-	-	20	**зачет**
2.4	Информационные системы цифрового маркетинга. Интернет-аналитика. Методы анализа маркетинговой информации.	26	2	4	-	-	20	
2.5	Оценка эффективности мероприятий цифрового маркетинга.	16	2	4	-	-	10	
3	**Визуализация данных и инфографика**	**72**	**6**	**24**	-	-	**42**	
3.1	История визуализации данных и культура инфографики. Современная инфографика.	5	1	2	-	-	2	
3.2	Основы визуального мышления. Применение визуального мышления в процессе планирования и презентации данных.	9	1	4	-	-	4	
3.3	Виды инфографики. Этапы создания инфографики.	13	1	4	-	-	8	
3.4	Типология визуализации данных: таблицы, диаграммы, схемы, иллюстрации, пиктограммы, картосхемы.	11	1	4	-	-	6	**зачет**
3.5	Правила и принципы визуализации данных, инфографики. Типографика. Колористика.	15	1	4	-	-	10	
3.6	Обзор инструментов для создания инфографики.	19	1	6	-	-	12	
4	**Интернет-контент**	**72**	**6**	**24**	-	-	**42**	

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Всего, час.	Форма занятий					Форма контроля
			лекции	практические / лабораторные занятия	консультации	производственная / учебная практика	самостоятельная работа	
4.1	Анализ целевой аудитории. Анализ конкурентов.	**17**	**1**	**6**	**-**	**-**	**10**	**зачет**
4.2	Email-маркетинг. Контекстная реклама. Основы поисковой оптимизации. Медийная реклама.	**17**	**1**	**6**	**-**	**-**	**10**	
4.3	Веб-аналитика и оценка эффективности маркетинга. Работа с различными метриками.	**20**	**2**	**6**	**-**	**-**	**12**	
4.4	Стратегии продвижения.	**18**	**2**	**6**	**-**	**-**	**10**	
	Итоговая аттестация							**экзамен***
	Всего часов	**360**	**32**	**88**	**-**	**-**	**240**	
	*итоговый экзамен в форме тестирования							

3.2 Календарный учебный график

Объем учебной нагрузки: 10 зачетных единиц / 360 часов

Форма обучения: очная, с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

Режим занятий: 2 раза в неделю не более 8 академических часов в день.

Период обучения: с 01.09.2026 по 30.06.2028 (3, 5-6 семестр освоения интегрированной программы высшего образования по направлениям подготовки 38.03.01 Экономика, 38.03.02 Менеджмент, 40.03.01 Юриспруденция, 42.03.02 Журналистика, 44.03.02 Психолого-педагогическое образование, 44.03.03 Специальное (дефектологическое) образование, 45.03.01 Филология, 45.03.02 Лингвистика, 49.03.01 Физическая культура 2025 года набора).

Расписание занятий: в соответствии с расписанием учебных дисциплин (модулей) интегрированной программы высшего образования по направлениям подготовки 38.03.01 Экономика, 38.03.02 Менеджмент, 40.03.01 Юриспруденция, 42.03.02 Журналистика, 44.03.02 Психолого-педагогическое образование, 44.03.03 Специальное (дефектологическое) образование, 45.03.01 Филология, 45.03.02 Лингвистика, 49.03.01 Физическая культура 2025 года набора.

3.3. Рабочие программы дисциплин

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Содержание обучения, дидактические единицы	Код компетенции	Оценочные средства
1	**Дисциплина 1 «Академическое письмо и визуальная грамотность»**			
Цель освоения дисциплины: усвоение студентами базовых принципов написания письменных текстов академического характера; приобретение практических навыков в области анализа визуальной информации.				
1.1	Академическое письмо как вид деятельности. Базовые элементы и единицы академического текста. Основные	Понятие академического письма, его специфика и роль в профессиональной деятельности. Базовые элементы: тема, идея, тезис, аргументация,	ПК 1.1 З-1.1.1; У-1.1.2; В-1.1	Собеседование; Практическое задание.

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Содержание обучения, дидактические единицы	Код компетенции	Оценочные средства
	принципы построения научного текста.	вывод. Единицы текста: абзац, предложение, словосочетание. Принципы логичности, последовательности, доказательности, точности, ясности научного текста.		
1.2	Документы научного стиля как текстовая структура: научная статья, монография, диссертация, автореферат, научный доклад, реферат, аннотация, рецензия; заявка на грант. Учебник, учебно - методическое пособие, лекция, патент, договор.	Характеристика основных жанров научного стиля. Структура и особенности научной статьи, монографии, диссертации. Назначение и структура автореферата, научного доклада, реферата, аннотации, рецензии. Специфика заявки на грант как жанра научного документа. Особенности учебных текстов: учебник, пособие, лекция.	ПК 1.1 З-1.1.2, З-1.1.3; У-1.1.2; В-1.6	Собеседование; Практическое задание.
1.3	Работа с текстом. Текст как фиксированная мысль. Символика текста. Устная и письменная речь. Смысловая целостность текста. Элементы текста. Редактирование научного текста, виды и техника его правки. Общая схема редактирования научного текста.	Текст как знаковая система. Различия устной и письменной речи. Критерии смысловой целостности текста. Структурные элементы: введение, основная часть, заключение. Редактирование как этап создания текста. Виды правки: сокращение, доработка, переработка. Техника правки: проверка логики, фактического материала, стиля, орфографии и пунктуации.	ПК 1.1 З-1.1.1; У-1.1.1, У-1.1.2; В-1.5	Собеседование; Практическое задание.
1.4	Стратегия информационного поиска и основные правила его осуществления. Поисковый образ документа, поисковый образ запроса. Закон рассеивания информации. Условия поиска. Релевантность, пертинентность и их отличие. Формулировка	Этапы информационного поиска: определение цели, выбор источников, формулировка запроса, анализ результатов. Поисковый образ документа и запроса. Закон рассеивания информации С. Брэдфорда. Критерии эффективности поиска: релевантность (соответствие запросу) и пертинентность	ПК 1.1 З-1.1.1, З-1.1.2; У-1.1.2; В-1.1	Собеседование; Практическое задание.

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Содержание обучения, дидактические единицы	Код компетенции	Оценочные средства
	задачи. Разработка программы поиска. Реализация поиска и оформление результатов. Глубина поиска. Полнота и точность поискового запроса. Технологии и алгоритмы поиска. Правовое регулирование отношений в сфере обращения электронных документов.	(соответствие информационной потребности). Методы повышения полноты и точности запроса. Технологии поиска: ключевые слова, логические операторы, фильтры. Правовые аспекты использования электронных документов.		
1.5	Информационные тексты: принципы написания, Продажа. Виды копирайтинга. Копирайтинг в контексте целей и задач рекламы. SEO-копирайтинг. LSI-копирайтинг.	Информационные тексты: цели, задачи, принципы создания. Продающие тексты: структура. Виды копирайтинга. SEO-копирайтинг: написание текстов с учетом ключевых слов для поисковых систем. LSI-копирайтинг: создание контента, отвечающего на смысловые запросы пользователей.	ПК 1.1 З-1.1.2; У-1.1.1, У-1.1.2; В-1.2, В-1.4	Собеседование; Практическое задание.
1.6	Рерайтинг как текст и приемы рерайтинга.	Понятие рерайтинга, его отличие от копирайтинга. Виды рерайтинга. Приемы рерайтинга. Требования к уникальности текста.	ПК 1.1 З-1.1.2; У-1.1.2; В-1.2	Собеседование; Практическое задание.
1.7	Основы визуализации данных и визуализации восприятия. Выбор визуализации текстов под разные типы данных.	Понятия: данные, информация, знание. Цели визуализации. Особенности визуального восприятия. Выбор типа визуализации в зависимости от типа данных: количественные, качественные, временные, географические.	ПК 1.1 З-1.1.1; У-1.1.2; В-1.1	Собеседование; Практическое задание.
1.8	Способы и методы повышения эффективности и действенности визуализации контента. Визуальный сторителлинг.	Принципы эффективной визуализации. Методы привлечения внимания: цвет, контраст, размер, движение. Визуальный сторителлинг как способ передачи информации через последовательность изображений. Структура визуальной истории.	ПК 1.1 З-1.1.4; У-1.1.2; В-1.4	Собеседование; Практическое задание.

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Содержание обучения, дидактические единицы	Код компетенции	Оценочные средства
1.9	Актуальные форматы визуализации: фотографика, типографика, инфографика, видео.	Характеристика современных форматов визуализации.	ПК 1.1 З-1.1.2; У-1.1.2; В-1.3, В-1.4	Собеседование; Практическое задание.
1.1(	Академическое письмо как вид деятельности. Базовые элементы и единицы академического текста. Основные принципы построения научного текста.	Обзор онлайн-инструментов и программ для создания визуализаций. Критерии выбора сервиса под конкретную задачу.	ПК 1.1 З-1.1.3; У-1.1.1, У-1.1.2; В-1.3, В-1.4	Собеседование; Практическое задание.
2	**Дисциплина 2 «Цифровой маркетинг»**			
Цель освоения дисциплины: формирование навыков обучающихся по применению методов цифрового маркетинга – технологий Интернет, информационных технологий и социальных сетей в бизнес-процессах и процессах принятия инновационных экономических решений.				
2.1	Технологии формирования бренда в цифровом пространстве. Интернет-брендинг.	Понятие бренда и его роль в цифровой среде. Особенности интернет-брендинга. Этапы формирования цифрового бренда.	ПК 1.1 З-1.1.3; У-1.1.1, У-1.1.2; В-1.2, В-1.4	Кейс-задача.
2.2	Психологические основы маркетинга. Эмоциональный маркетинг. Поведенческие эффекты в маркетинге.	Психология восприятия и принятия решений потребителем. Эмоциональный маркетинг: создание эмоциональной связи с брендом. Поведенческие эффекты.	ПК 1.1 З-1.1.4; У-1.1.2; В-1.4	Кейс-задача.
2.3	Потребитель в цифровой среде. Методы исследования потребителя. Цифровой профиль потребителя. Психотипы потребителей в социальных сетях. Психолингвистика и визуальная психология в цифровом маркетинге.	Методы изучения потребителей онлайн. Понятие цифрового профиля. Психотипы пользователей социальных сетей и их коммуникативные предпочтения. Психолингвистика. Визуальная психология: влияние цвета, формы, композиции на восприятие.	ПК 1.1 З-1.1.1, З-1.1.2; У-1.1.2; В-1.1, В-1.3	Кейс-задача.
2.4	Информационные системы цифрового маркетинга. Интернет-аналитика. Методы анализа маркетинговой информации.	Понятие и функции информационных систем маркетинга. Интернет-аналитика пользователей на сайте. Методы анализа: веб-аналитика, анализ социальных сетей, анализ эффективности рекламы.	ПК 1.1 З-1.1.1, З-1.1.3; У-1.1.2; В-1.1, В-1.5, В-1.6	Разноуровневые задачи и задания.

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Содержание обучения, дидактические единицы	Код компетенции	Оценочные средства
2.5	Оценка эффективности мероприятий цифрового маркетинга.	Ключевые показатели эффективности (KPI) в цифровом маркетинге: охват, трафик, CTR, конверсия, стоимость лида (CPL), возврат инвестиций (ROMI). Методы оценки.	ПК 1.1 З-1.1.2; У-1.1.1, У-1.1.2; В-1.5, В-1.6	Разноуровневые задачи и задания.
3	**Дисциплина 3 «Визуализация данных и инфографика»**			
Цель освоения дисциплины: формирование способности обучающегося к проектированию решения конкретной задачи путем выбора оптимального способа ее решения, исходя из имеющихся условий, ресурсов и ограничений с использованием инструментов графического редактирования, практических навыков создания инфографики, знаний механизмов и культуры визуальных коммуникаций.				
3.1	История визуализации данных и культура инфографики. Современная инфографика.	Истоки визуализации данных. Эволюция инфографики. Современные тренды. Культура визуальных коммуникаций.	ПК 1.1 З-1.1.1, З-1.1.2; У-1.1.2; В-1.1	Ситуационные задачи; Электронный практикум.
3.2	Основы визуального мышления. Применение визуального мышления в процессе планирования и презентации данных.	Визуальное мышление как способ обработки и представления информации. Механизмы восприятия визуальной информации. Визуализация данных в презентациях.	ПК 1.1 З-1.1.4; У-1.1.1, У-1.1.2; В-1.2, В-1.4	Ситуационные задачи; Электронный практикум.
3.3	Виды инфографики. Этапы создания инфографики.	Классификация инфографики. Этапы создания: сбор и анализ данных, разработка концепции, создание макета, верстка, тестирование.	ПК 1.1 З-1.1.2; У-1.1.1, У-1.1.2; В-1.3	Ситуационные задачи; Электронный практикум.
3.4	Типология визуализации данных: таблицы, диаграммы, схемы, иллюстрации, пиктограммы, картосхемы.	Обзор основных типов визуализации. Выбор типа в зависимости от цели и данных.	ПК 1.1 З-1.1.2; У-1.1.2; В-1.3	Ситуационные задачи; Электронный практикум.
3.5	Правила и принципы визуализации данных, инфографики. Типографика. Колористика.	Принципы эффективной визуализации. Работа с данными. Типографика: выбор шрифтов, иерархия текста, читаемость. Колористика: цветовые модели, психология цвета, цветовые палитры для данных, учет доступности (для людей с нарушениями зрения).	ПК 1.1 З-1.1.2; У-1.1.2; В-1.5	Ситуационные задачи; Электронный практикум.
3.6	Обзор инструментов для создания инфографики.	Обзор и сравнительный анализ программных средств. Критерии выбора инструмента.	ПК 1.1 З-1.1.3; У-1.1.1, У-1.1.2; В-	Проект; Электронный практикум.

№ п/п	Наименование дисциплины (модуля)	Содержание обучения, дидактические единицы	Код компетенции	Оценочные средства
			1.2, В-1.3, В-1.6	
4	**Дисциплина 4 «Интернет-контент»**			
Цель освоения дисциплины: формирование способности обучающихся к использованию методов и отдельных инструментов создания, анализа и управления интернет-контентом, для удовлетворения определенных личностных и/или профессиональных потребностей.				
4.1	Анализ целевой аудитории. Анализ конкурентов.	Методы исследования целевой аудитории. Сегментация аудитории. Анализ конкурентов: оценка их контент-стратегий, сильных и слабых сторон, поиск нишевых возможностей.	ПК 1.1 З-1.1.1, З-1.1.2; У-1.1.2; В-1.1	Тест; Разноуровневые задачи и задания.
4.2	Email-маркетинг. Контекстная реклама. Основы поисковой оптимизации. Медийная реклама.	Email-маркетинг: виды рассылок, сегментация базы, метрики эффективности. Контекстная реклама: принципы работы, ключевые слова, аукцион ставок. Основы SEO. Медийная реклама: баннеры, таргетинг, форматы, охват.	ПК 1.1 З-1.1.3; У-1.1.1, У-1.1.2; В-1.2, В-1.4	Тест; Разноуровневые задачи и задания.
4.3	Веб-аналитика и оценка эффективности маркетинга. Работа с различными метриками.	Системы веб-аналитики. Основные метрики. Оценка эффективности контента. Интерпретация данных и принятие решений.	ПК 1.1 З-1.1.1, З-1.1.3; У-1.1.2; В-1.1, В-1.5, В-1.6	Тест; Разноуровневые задачи и задания.
4.4	Стратегии продвижения.	Разработка контент-стратегии. Интегрированные маркетинговые коммуникации в интернете. Выбор стратегии в зависимости от типа бизнеса, ресурсов и целей.	ПК 1.1 З-1.1.1, З-1.1.4; У-1.1.1; В-1.2, В-1.3, В-1.4	Тест; Разноуровневые задачи и задания.

Виды и содержание самостоятельной работы

Самостоятельная работа слушателей программы ориентирована на выработку навыков эффективной профессиональной теоретической, практической деятельности. Самостоятельная работа по освоению программы осуществляется в осмыслении теоретического материала в соответствии с дисциплинами программы, выполнении разработки сценариев занятий по преподаваемой дисциплине, подготовке к промежуточной и итоговой аттестации.

Самостоятельная работа слушателя предполагает углубление и закрепление теоретических знаний. Самостоятельная работа слушателя включает следующие виды самостоятельной деятельности: самостоятельное углубленное изучение вопросов программы, выполнение индивидуальных заданий, подготовка к экзамену.

Используемые образовательные технологии

№ темы	Образовательные технологии
Темы 1.1-1.4	Технология развития критического мышления

	Информационные технологии
Темы 1.5-1.10	Технология развития критического мышления Информационные технологии Интерактивные технологии
Темы 2.1-2.2	Технология контекстного обучения
Темы 2.3-2.5	Технология дифференцированного обучения
Темы 3.1-3.5	Интерактивные технологии
Тема 3.6	Интерактивные технологии Технология проектного обучения
Темы 4.1-4.4	Информационные технологии Интерактивные технологии

3.4 Учебно-методические материалы

Электронная информационно - образовательная среда представлена электронной библиотечной системой https://lib.ugrasu.ru, электронным каталогом Научной библиотеки ЮГУ https://irbis.ugrasu.ru и системой дистанционного обучения. Методические материалы для обучающихся представлены в электронном виде в системе Moodle по ссылке https://eluniver.ugrasu.ru/. Методические материалы для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются (при необходимости) в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Категории обучающихся	**Формы учебно-методического обеспечения самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ по дисциплине**
с нарушением слуха	- в печатной форме; - в форме электронного документа;
с нарушением зрения	- в печатной форме увеличенным шрифтом; - в форме электронного документа; - в форме аудиофайла;
с нарушением опорно-двигательного аппарата	- в печатной форме; - в форме электронного документа; - в форме аудиофайла;

В рамках самостоятельной работы обучающийся знакомится с рабочей программой, особое внимание должно уделяться целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Анализируется теоретические материалы, ведется подготовка ответов к контрольным вопросам, просматривается рекомендуемая литература, используются аудио-видеозаписи по заданной теме, решаются расчетно-графические задания, задачи по алгоритму и др.

Методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся с ограниченными возможностями здоровья представлено (при необходимости):

электронный учебно-методический комплекс дисциплины на сайте ЮГУ по ссылке https://eluniver.ugrasu.ru/

4. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ

Оценка качества освоения обучающимися дополнительной профессиональной программы включает текущую, промежуточную и итоговую аттестацию.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплин (модулей). Для осуществления процедуры текущего контроля успеваемости

создаются оценочные материалы (фонды оценочных средств), позволяющие оценить достижение запланированных результатов обучения и уровень сформированности компетенций. Промежуточная аттестация обучающихся производится в дискретные временные интервалы в форме: зачеты.

Фонды оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации размещены в электронном учебно-методический комплекс дисциплины на сайте ЮГУ https://eluniver.ugrasu.ru/

В процессе изучения каждой дисциплины текущий контроль освоения материалов. Дисциплины завершаются промежуточной аттестацией. Лица, получившие по итогам промежуточной аттестации неудовлетворительную оценку, к сдаче итогового экзамена не допускаются. Итоговая аттестация является обязательной и осуществляется после освоения дополнительной профессиональной образовательной программы в полном объеме.

Освоение программы завершается итоговой аттестацией в форме **экзамена**. Итоговый экзамен проводится в форме компьютерного тестирования с использованием средств аутентификации личности обучающегося в рамках промежуточной аттестации по дисциплине «**Интернет-контент**» в соответствии с утвержденной в установленном локальными нормативными актами Университета порядке программой итоговой аттестации.

Примерные вопросы для подготовки к итоговому экзамену

1. Что такое релевантность и пертинентность информации? Каковы критерии эффективности информационного поиска?
2. В чем разница между копирайтингом и рерайтингом? Что такое SEO-копирайтинг и LSI-копирайтинг?
3. Что такое визуальный сторителлинг? Назовите основные элементы структуры визуальной истории.
4. Дайте характеристику основным форматам визуализации: фотографика, типографика, инфографика, видео.
5. В чем заключаются особенности формирования бренда в цифровом пространстве? Назовите этапы создания цифрового бренда.
6. Опишите известные вам поведенческие эффекты (социальное доказательство, дефицит, авторитет и др.). Как они применяются в маркетинге?
7. Что включает в себя цифровой профиль потребителя? Какие методы используются для исследования потребителей в онлайн-среде?
8. Как психология цвета, формы и композиции влияет на восприятие контента потребителем?
9. Какие ключевые метрики используются для оценки эффективности цифрового маркетинга? (охват, трафик, конверсия, CTR, ROMI).
10. Приведите классификацию инфографики (по способу отображения, по цели создания). Приведите примеры для каждого вида.
11. Опишите последовательность этапов создания качественной инфографики: от сбора данных до тестирования готового продукта.
12. Для каких целей используются таблицы, диаграммы (столбчатые, круговые, линейные), схемы, картосхемы?
13. Назовите основные правила визуализации данных (по Э. Тафти). Как избежать искажения данных при создании графиков?
14. Как выбор шрифта и цветовой гаммы влияет на читаемость и восприятие инфографики?
15. Как проводится анализ целевой аудитории при разработке контент-стратегии? Что такое «портрет клиента»?
16. С какой целью проводится анализ контент-стратегий конкурентов? На что следует обращать внимание?

17. Охарактеризуйте основные каналы интернет-продвижения: SEO, контекстная реклама, email-маркетинг, SMM. В чем их особенности и преимущества?
18. Что включает в себя контент-стратегия? Назовите основные элементы контент-плана и этапы разработки стратегии продвижения.
19. Какие онлайн-сервисы и программы для создания инфографики вы знаете? (Canva, Piktochart, Tableau, Adobe Illustrator). Каковы критерии их выбора?

5. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ

5.1. Материально-технические условия реализации программы

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Фактический адрес учебных кабинетов и объектов
Учебная аудитория для проведения лекционных и практических занятий	Специализированная учебная мебель на 30 посадочных мест. 1 ноутбук, 1 проектор, раздаточный материал, презентации к темам лекционного материала	628012, Россия, Тюменская область, Ханты-Мансийский автономный округ-Югра, г. Ханты-Мансийск, ул. Чехова, д.16, 4-ый учебный корпус Комплекса зданий ВУЗов, аудитории 333к, 132
Учебная аудитория для проведения лекционных и практических занятий	Специализированная учебная мебель на 30 посадочных мест. 1 ноутбук, 1 проектор, раздаточный материал, презентации к темам лекционного материала	628012, Россия, Тюменская область, Ханты-Мансийский автономный округ-Югра, г. Ханты-Мансийск, ул. Чехова, д.16, 2-ой учебный корпус Комплекса зданий ВУЗов, аудитории 137, 227

5.2. Учебно-методическое обеспечение программы

5.2.1. Основная литература:

1. Короткина, Ирина Борисовна. Академическое письмо: процесс, продукт и практика : учебное пособие для вузов / И. Б. Короткина. - 2-е изд., пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2025. - 349 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей.

2. Хуссейн, Инга Джумшудовна. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебник для вузов / И. Д. Хуссейн. - Москва : Юрайт, 2025. - 68 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей.

3. Жильцова, Ольга Николаевна. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова, О. А. Артемьева, Д. А. Жильцов, С. В. Карпова и др.. - 2-е изд., пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2025. - 335 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей.

4. Лунева, Е. А. Цифровой маркетинг : учебное пособие / Е. А. Лунева, , Н. П. Реброва, . - Цифровой маркетинг, 2027-11-09. - Москва : Прометей, 2021. - 164 c. - электронный.

5. Северова, Т. С. Инфографика : учебное пособие / Т. С. Северова. - Москва : МПГУ, 2023. - 96 с. - </A></A>.

6. Павловская, Елена Эммануиловна. Графический дизайн. Современные концепции : учебник для вузов / Е. Э. Павловская, П. Г. Ковалев, Л. Ю. Салмин, В. Б. Семенов и др.. - 2-е изд., пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2025. - 119 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей.

7. Моргачева, Ирина Николаевна. Контент-маркетинг : учебное пособие для вузов / И. Н. Моргачева. - 2-е изд., пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2025. - 94 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей.

5.2.2. Дополнительная литература:

1. Кувшинская, Юлия Михайловна. Академическое письмо. От исследования к тексту : учебник и практикум для вузов / Ю. М. Кувшинская, Н. А. Зевахина, Я. Э. Ахапкина, Е. И. Гордиенко. - Москва : Юрайт, 2025. - 284 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей.

2. Химик, Василий Васильевич. Культура речи. Научная речь : учебник для вузов / В. В. Химик, Н. А. Буре, М. В. Быстрых, С. А. Вишнякова и др.. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Юрайт, 2025. - 270 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей.

3. Титов, А. Н. Интерактивная визуализация данных. Работа с библиотекой Plotly : учебно-методическое пособие / А. Н. Титов, , Р. Ф. Тазиева, . - Интерактивная визуализация данных. Работа с библиотекой Plotly, 2027-01-12. - Казань : Издательство КНИТУ, 2023. - 136 с. - электронный.

5. Баланов, А. Н. E-commerce. Технологии и стратегии : учебное пособие для вузов / А. Н. Баланов. – Санкт-Петербург : Лань, 2024. - 472 с. - УДК 004.41 ББК 32.97я73 Кл.слова (ненормированные): e-commerce crm seo-стратегии оптимизация интернет-магазин.

6. Кметь, Е. Б. Цифровой маркетинг : учебник для вузов / Е. Б. Кметь, Н. А. Юрченко. - Санкт-Петербург : Лань, 2023. - 128 с. - УДК 658.8 ББК 65.290-2я73 Доп. точки доступа: Юрченко, Н. А.Нет сведений об экземплярах.

5.2.3. Электронные ресурсы

№	Ссылка на информационный ресурс	Наименование ресурса в электронной форме	Доступность
Электронно-библиотечные системы			
1	https://dlib.eastview.com	База данных «Ивис»	Авторизованный доступ
2	http://elibrary.ru	Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	Авторизованный доступ
3	https://urait.ru	Образовательная платформа Юрайт	Авторизованный доступ
4	https://www.iprbookshop.ru	ЭБС IPR SMART	Авторизованный доступ
5	http://znanium.com	ЭБС «Znanium»	Авторизованный доступ
6	https://e.lanbook.com	ЭБС «Лань»	Авторизованный доступ
7	http://lib.rucont.ru	ЭБС «Руконт»	Авторизованный доступ
8	http://diss.rsl.ru	Электронная библиотека диссертаций РГБ	Авторизованный доступ
Информационные справочные системы			
9	http://www.consultant.ru/	СПС КонсультантПлюс	Авторизованный доступ
Профессиональные базы данных			
10	http://garant.ugrasu.ru/	СПС Гарант	Авторизованный доступ

6. РАЗРАБОТЧИКИ ПРОГРАММЫ

1. Иванова Наталья Дмитриевна, канд. физ.-мат. наук, доцент, доцент инженерной школы цифровых технологий ФГБОУ ВО «Югорский государственный университет».