

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 28.03.2026 14:43:16  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ**

«УТВЕРЖДАЮ»

**ПРОГРАММА ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ  
ПО ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ  
профессиональной переподготовки  
«Специалист по разработке и продвижению сайтов»**

**Автор–составитель:**

канд. экон. наук, директор УКЦУГМРЗ  
(ученая степень и (или) ученое звание, должность, структурное подразделение)



(подпись)

А.Ю. Кулев  
(И.О. Фамилия)

## Содержание

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ .....	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДПП ПП .....	4
3. ФОРМЫ И ОБЪЕМ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ .....	7
4. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ИТОГОВЫМ АТТЕСТАЦИОННЫМ ИСПЫТАНИЯМ.....	8
5. ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ ИТОГОВЫХ АТТЕСТАЦИОННЫХ ИСПЫТАНИЙ ...	8
6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ .....	8
7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ.....	13
7.1. Нормативно-правовые документы.....	13
7.2. Основная литература.....	13
7.3. Дополнительная литература.....	14
7.4. Интернет-ресурсы.....	14
7.5. Справочные системы.....	14
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ .....	14

## 1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговая аттестация слушателей по ДПП проводится с целью установления соответствия достигнутых выпускником результатов освоения ДПП: приобретение знаний, умений и навыков, необходимых для получения новых компетенции для осуществления профессиональной деятельности в сфере цифровых технологий.

Итоговая аттестация является важным этапом подготовки высококвалифицированных, компетентных специалистов, обладающих современными знаниями, умениями и навыками, необходимыми для осуществления эффективной профессиональной деятельности в сфере проектирования, разработки и интеграции информационных ресурсов в локальной сети и информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Задачами итоговой аттестации является проверка полученных знаний по следующим вопросам:

- дизайн сайта в Figma;
- основные этапы создания сайтов;
- разработка и создание сайта в CMS-конструкторе Tilda;
- основы Web-аналитики и основных сервисах;
- основные каналы продвижения и инструменты в цифровом маркетинге;
- система знаний о поисковой оптимизации (SEO);
- аудит сайта, оптимизация и подготовка его к продвижению;
- запуск сайта и передачи его клиенту.
- формирование коммуникационной стратегии в social media;
- продвижение организации в цифровой среде;
- оптимальные инструменты и каналы продвижения;
- система знаний о контекстной и таргетированной рекламе;
- контент-маркетинг и контент-планирование.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДПП ПП

Таблица 1

Результаты освоения ДПП ПП

Виды деятельности	Общепрофессиональные компетенции ОПК (совершенствуются), трудовые функции ПСК (формируются)	Практический опыт	Знания	Умения
ВД 1. Выполнение работ по созданию (модификации) и сопровождению	ПСК – 1 <sup>1</sup> Проектирование разделов ИР	Анализ бизнес-требований и бизнес-задач интерфейса. Проектирование структуры разделов ИР.	Устройство и функционирование современных информационных ресурсов. Современные принципы	Применять программные средства для проектирования интерфейса. Осуществлять процесс

<sup>1</sup> Приказ Минтруда России от 18.01.2017 N 44н "Об утверждении профессионального стандарта "Разработчик Web и мультимедийных приложений" (Зарегистрировано в Минюсте России 31.01.2017 N 45481) В/04.5

<p>ю информационных ресурсов Выполнение работ по созданию (модификации) и сопровождению информационных ресурсов</p>		<p>Разработка интерфейса пользователя для ИР с использованием стандартов в области web-разработки. Создание прототипа интерфейса пользователя программными средствами проектирования.</p>	<p>построения интерфейсов пользователя. Современные методики тестирования эргономики пользовательских интерфейсов. Основные требования, предъявляемые к дизайну графических интерфейсов, способам передачи информации в текстовом, графическом, звуковом, видеоформатах в зависимости от категории пользователя с учетом возраста и особенностей ограниченных возможностей здоровья. Современный отечественный и зарубежный опыт в профессиональной деятельности.</p>	<p>проектирования интерфейса с учетом существующих правил для предметной области проекта. Применять инструменты для оценки эффективности и удобства созданного интерфейса, применять полученные данные для оптимизации интерфейса.</p>
	<p>ПСК- 2<sup>2</sup> Обеспечение безопасной и бесперебойной работы сайта</p>	<p>Основы информационной безопасности web-ресурсов. Сетевые протоколы и основы web-технологий. Системы хранения и анализа баз данных. Программные средства и платформы для разработки web-ресурсов. Принципы</p>	<p>Анализировать показатели работы оборудования и записи журналов сообщений. Идентифицировать права пользователей в зависимости от функционала ИР.</p>	<p>Установка и настройка тестов Тьюринга. Настройка контроля целостности файлов ИР и прикладного программного обеспечения. Управление блокировкой пользователей на основании информации о поведенческих факторах. Мониторинг атак</p>

<sup>2</sup> Приказ Минтруда России от 18.01.2017 N 44н "Об утверждении профессионального стандарта "Разработчик Web и мультимедийных приложений" (Зарегистрировано в Минюсте России 31.01.2017 N 45481) В/09.5

		использования электронно-цифровых подписей и работы удостоверяющих центров.		на ИР и выполнение соответствующих действий.
ВД 2. Проведение подготовительных работ для продвижения в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПСК-2 <sup>3</sup> – Подбор площадок в социальных медиа информационно-коммуникационной сети «Интернет» для продвижения веб-сайта	Знает основы функционирования современных социальных медиа и их основную аудиторию; методы оценки соответствия аудитории площадки в социальных медиа и целевой аудитории.	Умеет использовать поисковые системы для обнаружения площадок в социальных медиа; анализировать тематику площадок в социальных медиа; оценивать характеристики аудитории, присутствующей на площадках.	Владеет навыками составления списка площадок в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".
	ПСК-3 <sup>3</sup> Размещение рекламных объявлений в социальных медиа информационно-коммуникационной сети «Интернет»	Владеет навыками оценки мест размещения контекстно-медийных рекламных объявлений в социальных медиа с точки зрения их соответствия целям рекламной кампании; размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа	Знает рекламные возможности современных социальных медиа	Умеет использовать рекламные возможности современных социальных медиа; размещать рекламные материалы на рекламных площадках социальных медиа; анализировать рекламные кампании конкурентов в социальных медиа

<sup>3</sup> Приказ Минтруда России от 19.02.2019 N 95н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по интернет-маркетингу" (Зарегистрировано в Минюсте России 16.05.2019 N 54635) С/01.4, С/03.4

<p>ВД 3. Реализация стратегии социального продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>ПСК-5<sup>4</sup> Привлечение пользователей в интернет-сообщество</p>	<p>Владеет навыками общения с представителями целевой аудитории с использованием цифровых методов связи Проведение конкурсов в социальных медиа Проведение опросов в социальных медиа Осуществление деятельности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», увеличивающей количество пользователей в интернет-сообществе</p>	<p>Знает правила создания и корректировки текстового материала для веб-сайта (веб-райтинг) Основы маркетинга Основы копирайтинга Правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов Методы обработки текстовой и графической информации</p>	<p>Умеет разрабатывать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество Составлять планы проведения конкурсов и реализовывать их Составлять алгоритмы проведения опросов и реализовывать их</p>
--	--	---	--	---

### 3. ФОРМЫ И ОБЪЕМ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Итоговая аттестация по программе – междисциплинарный экзамен (в форме тестирования) с применением тестового комплекса (тестовые задания, отражающие содержание каждой дисциплины образовательной программы). Трудоемкость итоговой аттестации 2 академических часа.

Сроки проведения итоговой аттестации – в соответствии с планом-графиком/заключенным контрактом/договором.

<sup>4</sup> Приказ Минтруда России от 19.02.2019 N 95н "Об утверждении профессионального стандарта "Специалист по интернет-маркетингу" (Зарегистрировано в Минюсте России 16.05.2019 N 54635) G/04.5

#### **4. ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К ИТОВОЫМ АТТЕСТАЦИОННЫМ ИСПЫТАНИЯМ**

Итоговая аттестация является обязательной для слушателей, завершающих обучение по программе.

Результаты итоговой аттестации должны свидетельствовать о заявленных в программе знаниях, умениях и навыках.

К итоговой аттестации по ДПП допускается слушатель, не имеющий задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план по ДПП.

Итоговая аттестация слушателей по ДПП не может быть заменена оценкой уровня знаний на основе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации слушателей.

Слушатели, успешно прошедшие итоговую аттестацию, получают соответствующие документы о квалификации, форму которых образовательная организация устанавливает самостоятельно: диплом о профессиональной переподготовке.

Слушатели, не прошедшие итоговую аттестацию или получившие на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, вправе пройти повторно итоговую аттестацию в сроки, определяемые образовательной организацией.

Слушателям, не прошедшим итоговую аттестацию или получившим на итоговой аттестации неудовлетворительные результаты, выдается справка об обучении или о периоде обучения по образцу, самостоятельно установленному образовательной организацией.

#### **5. ПРОЦЕДУРА ПРОВЕДЕНИЯ ИТОВОВЫХ АТТЕСТАЦИОННЫХ ИСПЫТАНИЙ**

##### ***5.1. Сдача междисциплинарного экзамена в форме тестирования***

Итоговый экзамен проводится в форме тестирования, результаты которого оцениваются по 4х-балльной шкале.

Слушателю методом случайной выборки из данного банка тестовых заданий будет дано 25 тестовых заданий и 4 (5) вариантов ответов с выбором 1 правильного. На тест отводится 2 академических часа и 2 попытки. Лучший результат будет засчитан как итоговый. Результаты тестирования заносятся в ведомость.

***5.2. Порядок проведения итоговых аттестационных испытаний лицами, которые не проходили итоговые аттестационные испытания в установленный срок по уважительной причине.***

Слушателям, не прошедшим итоговую аттестацию или прервавшим обучение по уважительной причине (по медицинским показаниям, производственная необходимость или в других документально подтвержденных исключительных случаях), предоставляется возможность переноса срока прохождения итоговой аттестации на основе личного заявления. В случае если слушатель был направлен на обучение предприятием (организацией), данный вопрос согласовывается с данным предприятием (организацией).

##### ***5.3. Условия и порядок проведения апелляций***

Апелляция подается и рассматривается в день проведения экзамена.

#### **6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ИТОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

*Перечень вопросов для подготовки к итоговой аттестации:*

1. Принципы создания сайта на конструкторе сайтов (zeroкодинг). Как создаются страницы, как они наполняются блоками, какие настройки необходимо произвести в первую очередь при создании первой страницы.

2. Основные ошибки, мешающие сайту продвигаться, включая: фатальные, критические, возможные проблемы и рекомендации по улучшению. Умение их находить и исправлять

3. Понятие домена сайта. Как его правильно выбрать и как его подключить на свой сайт. Как при наличии своего домена создать корпоративную почту.

4. Знание основных мета-тегов сайта, включая: title, description, h1, h2, h3, alt, robots, canonical. Основные требования и пожелания по написанию тегов и навык по их подключению на сайте.

5. Favicon для сайта, что это такое, где он показывается на сайте и в поисковой выдаче, а также как его добавить на сайт

6. Определение CRM-формы. Как ее подключить на сайт и настроить "приемщики данных", куда информация из формы будет приходить. Юридическая подготовка сайта к подключению CRM-форм (создание политики конфиденциальности).

7. Особенности использования функционала Tilda Zero Block для создания собственных блоков. Умение применять функции Tilda Zero Block.

8. Процесс адаптации сайта для мобильных устройств (телефонов и планшетов). Как адаптировать шаблонные блоки, блоки Zero Block и меню сайта.

19. Понятие работы поисковых роботов. Как производится анализ сайта роботами, на что этот анализ влияет, для чего требуется технический файл sitemap.xml.

20. Понятие работы страницы 404 для несуществующих страниц и файлов. Особенности ее создания и добавления на сайт.

21. Особенности работы внешних ссылок, понятие ссылочной массы и как она влияет на продвижение сайта. Знание основных принципов получения внешних ссылок на сайт.

22. Определение "якорной" или "анкорной" ссылки на сайте. Настройка плавного скрола до якорных/анкорных ссылок.

23. Создание раздела "Контакты" на сайте, особенности этого раздела. Умение добавлять иконки социальных сетей, создавать "кликабельные" телефоны и почты, добавлять Яндекс карту на сайт.

24. Что входит в процессы разработки сайта?

25. Какие этапы включает создание сайта?

26. Какие существуют типы сайтов (статические, динамические, корпоративные, интернет-магазины)?

27. Какие основные языки программирования используют при разработке сайтов?

28. Что такое CMS и какие популярные CMS существуют?

29. Объясните структуру HTML-страницы.

30. Чем отличается HTML от CSS?

31. Какие основы JavaScript необходимо знать для разработки сайта?

32. Как работает взаимодействие HTML, CSS и JavaScript?

33. Что такое адаптивный дизайн, и как его реализовать?

34. Какие типы задач решают фреймворки и библиотеки (например, React, Vue, Angular)?

35. Что такое сетка (grid) и флексбокс в CSS?

36. Что такое SEO и почему оно важно?

37. Какие основные факторы влияют на ранжирование сайта в поисковых системах?

38. Как правильно подбирать ключевые слова?

39. Что такое метатеги и зачем они нужны?

40. Какие инструменты помогают анализировать трафик и эффективность продвижения?

41. Чем отличаются органический и платный трафик?

42. Какие методы продвижения сайта существуют помимо SEO?

43. Что такое доменное имя и как выбрать его?

44. Какие виды хостингов бывают и чем они отличаются?

45. Объясните процесс публикации сайта на сервере.

**Примеры тестовых заданий для проведения итоговой аттестации:**

1. Главная ошибка при написании Технического Задания:

- А) Выбор в пользу исполнителя, при составлении ТЗ;
- Б) Отсутствие заголовка у Технического Задания;
- В) Использование фразы "на усмотрение работодателя" во всех случаях;
- Г) Использование качественных прилагательных;

2. Какой тип сайтов, чаще остальных преследует некоммерческую цель?

- А) Лендинг;
- Б) Сайт-визитка;
- В) Форум;
- Г) Интернет-магазин;

3. Как при составлении дизайна, в рамках Технического задания принято обозначать изображения?

- А) Зигзагом
- Б) Одной диагональной линией;
- В) Двумя перекрестными линиями;
- Г) Закрашенным прямоугольником;

4. В каком сервисе существует возможность создать Турбо страницы?

- А) Гугл Бизнес;
- Б) Гугл Серч Консол;
- В) Яндекс Метрика;
- Г) Яндекс Вебмастер.

5. В каком конструкторе сайтов есть отдельный раздел События?

- А) Ukit;
- Б) WIX;
- В) Tilda;
- Г) Nethouse;

6. Что в себя включает стандарт IEEE 29148-2011?

- А) Введение, Детальные требования, Обзор системы;
- Б) Введение, Системные требования, Тестирование и проверку;
- В) Общие сведения, Цели проекта, Требования к системе;
- Г) Характеристика объекта, Состав работ, Порядок контроля.

7. Для кого Техническое Задание может служить гарантией?

- А) Для исполнителя;
- Б) Ни для кого;
- В) И для заказчика, и для исполнителя;
- Г) Для заказчика.

8. Назовите самую популярную систему CMS:

- А) OpenCart;
- Б) Joomla;
- В) Wordpress;
- Г) MODx.

9. На какие документы можно ориентироваться при составлении ТЗ?

- А) Все представленные варианты верны;
- Б) ГОСТ 34;
- В) IEEE 29148-2011;
- Г) Rational Unified Process.

10. Чем может быть полезен сервис Главредру?

- А) Сервис выделяет пунктуационные ошибки;
- Б) Сервис оценивает читаемость текста и выделяет стоп-слова;
- В) Сервис выделяет орфографические ошибки;
- Г) Сервис показывает процент плагиата в тексте.

11. Что такое Фавикон?

- А) Значок в браузере во вкладке перед названием страницы;
- Б) Логотип в шапке-меню сайта;
- В) Логотип в подвале сайта;
- Г) Изображение, представленное на обложке.

12. В каком соотношении рекомендуется сочетать основной цвет и акцентный цвет?

- А) 90 основного / 10 акцентного;
- Б) 80 основного / 20 акцентного;
- В) 50 основного / 50 акцентного;
- Г) 10 основного / 90 акцентного.

13. В чем проблема бесплатных пакетов при использовании конструкторов сайтов?

- А) Ограниченность коллекции шаблонов;
- Б) Ограниченность коллекции шаблонов;
- В) Вам не дают бесплатный домен;
- Г) Вы не сможете опубликовать сайт.

14. Анализ внешней и внутренней среды предприятия приводит к формированию:

- А) спроса и предложения;
- Б) конкурентных преимуществ;
- В) конъюнктуры рынка;
- Г) конкурентоспособного предприятия.

15. На какие документы можно ориентироваться при составлении ТЗ?

- А) Rational Unified Process;
- Б) IEEE 29148-2011;
- В) Все представленные варианты;
- Г) ГОСТ 34.

16. Что такое Яндекс Вебвизор?

- А) Инструмент Яндекса для анализа самых популярных поисковых запросов;
- Б) Инструмент Яндекса для визуализации поведения пользователя на сайте;
- В) Инструмент Яндекса для визуализации основной статистики использования сайта;
- Г) Инструмент Яндекса для анализа самых популярных ссылок откуда пользователи заходят на лендинговые страницы.

17. Подготовка клиентов к покупке путем прохождения их через определенные этапы – это:

- А) принцип рекламы;
- Б) понимание;
- В) стратегия рекламы;
- Г) задача рекламы.

18. Что не относится к видам сайтов?

- А) Блоги;
- Б) Сайты Новостей;
- В) Сайты-Роботы;
- Г) Вики-Сайты.

19. Что такое SMM?

- А) Save Marketing Money – Сбережение Маркетинговых Денег;
- Б) Standard Marketing Management – Стандартный Маркетинг-Менеджмент;
- В) Social Media Marketing – маркетинг в соц. сетях;
- Г) Short Media Message - Служба мультимедийных сообщений.

20. Что не относится к преимуществам SEO-оптимизации?

- А) Смена Алгоритмов;
- Б) Естественная Выкладка в Топ;
- В) Популярность;
- Г) Увеличение Числа Кликов.

27. Что такое Инфотейнмент?

Итоговая аттестация (экзамен) проводится в форме тестирования, результаты которого оцениваются по 4х-балльной шкале. Результаты тестирования определяются в процентах правильно выполненных задач, которые переводятся в оценки по прилагаемой в таблице шкале (см. табл.6).

Таблица 6

#### Оценивание слушателя на экзамене

Оценка	Требования к знаниям
2 – «неудовлетворительно»	от 0% до 65% «Вы не прошли тест». Ваша оценка «неудовлетворительно». Оценка «неудовлетворительно» выставляется слушателю, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями дает ответы на вопросы теста.
3 – «удовлетворительно»	от 65% (включительно) до 75% «Вы прошли тест» Ваша оценка «удовлетворительно». Оценка удовлетворительно выставляется слушателю, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности в ответах на вопросы теста.
4 – «хорошо»	от 75% (включительно) до 85% «Вы прошли тест». Ваша

	оценка «хорошо». Оценка «хорошо» выставляется слушателю, если он твердо освоил материал.
5 – «отлично»	от 85% (включительно) до 100% «Вы прошли тест». Ваша оценка «отлично». Оценка «отлично» выставляется слушателю, если он усвоил программный материал, уверенно отвечал на тестовые вопросы. Данный процент правильных ответов на вопросы демонстрирует достаточную степень овладения программным материалом.

## **7. Учебно-методическое и информационное обеспечение итоговой аттестации**

### **7.1 Нормативные правовые документы**

1. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 31.07.2025, с изм. от 25.11.2025) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.08.2025);
2. Федеральный закон от 27.07.2010 N 210-ФЗ (ред. от 29.12.2025) "Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг";
3. Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 24.06.2025) "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2026);
4. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 24.06.2025) "О защите конкуренции" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2025).

### **7.2 Основная литература**

1. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования: учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнеева. - 5-е изд., стер. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 292 с. - ISBN 978-5-394-05145-6.
1. Котлер Ф. Маркетинг 6.0 Будущее за иммерсивностью, слиянием цифрового и физического мира / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, А. Сетиаван — М.: Бомбора, 2024. — 240 с.
2. Молочков В.П. Создание сайтов и лендингов на WordPress и Elementor с нуля. — СПб.: БХВ-Петербург, 2024. — 288с.
3. Чуранов Е.С. Pro Сайты: как сделать из сайта канал продаж / Е.С. Чуранов – М.: ПиБюро, 2024. – 228с.

### **7.3 Дополнительная литература**

1. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6;
2. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика: учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3640-7.

### **7.4 Интернет-ресурсы**

1. Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга». URL: <http://www.marketing.spb.ru>.
2. Портал о рекламе, маркетинге, бизнесе, креативе и PR «Sostav». URL: <http://www.sostav.ru>.
3. Институт маркетинговых исследований ГФК-Русь. URL: <https://www.scanner.gfk.ru>.
4. Сайт научной библиотеки СЗИУ. [Электронный ресурс]. - Режим доступа <http://nwipa.ru>

## 7.5 Справочные системы

1. «Консультант-плюс» //URL: <http://www.consultant.ru/>

## 8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

Для обеспечения обучения слушателей и проведения промежуточной и итоговой аттестации Академия располагает следующей материально-технической базой:

- аудитории для проведения лекционных и практических занятий, оборудованными видеопроекционным оборудованием для презентаций: колонки Sven SPS-611S, проектор Epson EB-X27, интерактивная доска SmartBoard и имеющими выход в сеть Интернет;

- программное обеспечение: лицензионные системные программы – операционные системы (Windows, Acrobat Reader, иные), обеспечивающие взаимодействие всех других программ с оборудованием и взаимодействие пользователя персонального компьютера с программами.

- универсальные офисные прикладные программы и средства ИКТ, например: программа подготовки презентаций; использование Интернет, электронной почты; использование автоматизированных поисковых систем Интернет.

- компьютерные классы с персональными компьютерами-моноблоками Acer Vertion EZ2740G.

Структура информационно-образовательной среды включает:

- образовательный w-портал (сайт) Академии;
- базы данных электронных информационных ресурсов;
- корпоративную сеть Академии.

W-портал (сайт) обеспечивает через Интернет:

- доступ к электронным информационным образовательным ресурсам Академии;
- доступ к нормативным и организационно-методическим документам, регламентирующим образовательный процесс в Академии;
- взаимодействие слушателей с преподавателями, организаторами образовательного процесса и администрацией Академии.

Корпоративная сеть обеспечивает коммуникацию преподавателей, сотрудников и слушателей.

Программа обеспечена условиями для функционирования электронной информационно-образовательной среды, включающей в себя электронные информационные ресурсы, электронные образовательные ресурсы, совокупность информационных технологий, телекоммуникационных технологий, соответствующих технологических средств и обеспечивающей освоение обучающимися образовательной программы в полном объеме независимо от места нахождения обучающихся.