

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«30» 06 2020 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.07

Информационно-технологическое обеспечение рекламы и связей с общественностью

Учебный план: ФГОС3++_2020-2021_42.04.01_ВШПМ_ОО_РИСО в медиаиндустрии.plx

Кафедра: **38** Рекламы

Направление подготовки:
(специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактн	Сам.	Контроль,	Трудоё	Форма
		ая работа				
		Практ. занятия				
3	УП	34	73,75	0,25	3	Зачет
	РПД	34	73,75	0,25	3	
Итого	УП	34	73,75	0,25	3	
	РПД	34	73,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

доктор философских наук, Профессор

Смирнов Алексей
Викторович

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы

Смирнов Алексей
Викторович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Смирнов Алексей
Викторович

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать у обучающегося компетенции в области использования современных информационных технологий в практической деятельности, использования современного оборудования и приборов при планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий.

1.2 Задачи дисциплины:

- Дать представление о современном состоянии информационных технологий в рекламной деятельности
- Научить выбирать и использовать современное оборудование для осуществления коммуникационных кампаний
- Использовать облачные технологии СУБД для организации и хранения информации
- Работать с профессиональными программами для создания и обработки мультимедиа

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

- Основы научных исследований в профессиональной сфере
- Социокультурные аспекты потребления
- Репутационные технологии в медиаиндустрии
- Производственная практика (научно-исследовательская практика)
- Методы научно-методологического поиска
- Методы научно-аналитической работы
- Инновационные технологии в социальных коммуникациях
- Научно-практический семинар
- Рекламные и PR-коммуникации в глобальной медиаиндустрии
- Брендинг в международном медиапространстве
- Планирование и реализация коммуникационных кампаний
- Технологии качественных исследований в коммуникационной деятельности

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПКп-1 : Способен проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью
Знать: - возможности новых медийных технологий
Уметь: - рассчитывать эффективность коммуникационных мероприятий;
Владеть: - навыками использования современного программного обеспечения для исследовательских целей

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа	СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Пр. (часы)			
Раздел 1. Новые медийные технологии	3				К
Тема 1. Возможности новых медийных технологий. Определение понятия «медийные технологии». Развитие медийных технологий за последние 10 лет. Место информационных технологий в современном обществе. Обеспечение компьютерной безопасности и защита информации.		4	9		
Тема 2. Ресурсные требования к применению новых медийных технологий. Аппаратные средства для работы с медийными технологиями. Различные группы программного обеспечения для работы с новыми медийными технологиями.		4	9		
Тема 3. Тенденции и перспективы развития новых медийных технологий. Положение и статус медийных технологий на протяжении последних двух лет. Тенденции развития.		4	9		

Раздел 2. Принципы использования технологических достижений в области рекламы и СО				
Тема 4. Профессиональная эксплуатация современного оборудования и приборов. Различные виды и группы технических средств. Специфика работы со сложным презентационным оборудованием.	4	9		
Тема 5. Специфика охраны труда при работе с современным оборудованием. Требования по охране труда. Организация рабочего места. Основы безопасности при работе с современным компьютерным оборудованием	4	9		О
Тема 6. Эффективность применения современного оборудования и приборов при планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий. Оценка качества сайта. Поисковые системы и алгоритмы поиска информации в сети Интернет.	4	9		
Раздел 3. Компьютерные технологии в исследованиях, планировании и оценке эффективности деятельности в области связей с общественностью				
Тема 7. Использование макетов публикаций (MS Publisher). Создание рекламного объявления, буклета о PR-акции и афиши о PR-событии на основе макета публикации	4	9		Д

Тема 8. Вычисления и условное форматирование в электронных таблицах (MS Excel). Создание диаграммы Ганта (MS Excel)	6	10,75		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	34	73,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25			
Всего контактная работа и СР по дисциплине	34,25	73,75		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ПКп-1	определяет место информационных технологий в современном обществе использует облачные технологии СУБД для организации и хранения информации производит вычисления и условное форматирование в электронных таблицах (MS Excel)	Вопросы для устного собеседования практическое задание практическое задание

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа

Зачтено	Обучающийся своевременно выполнил практические работы и представил результаты в форме презентации (Microsoft Office Power Point); возможно допуская несущественные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
Не зачтено	Обучающийся не выполнил (выполнил частично) практические задания, не представил результаты в форме презентации (Microsoft Office Power Point); допустил существенные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Не учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 3	
1	Возможности новых медийных технологий
2	Определение понятия медийные технологии.
3	Развитие медийных технологий за последние 10 лет.
4	Ресурсные требования к применению новых медийных технологий.
5	Аппаратные средства для работы с медийными технологиями.
6	Различные группы программного обеспечения для работы с новыми медийными технологиями.
7	Тенденции и перспективы развития новых медийных технологий.
8	Положение и статус медийных технологий на протяжении последних двух лет.
9	Профессиональная эксплуатация современного оборудования и приборов.
10	Различные виды и группы технических средств в разработке рекламного продукта
11	Специфика работы со сложным презентационным оборудованием.
12	Специфика охраны труда при работе с современным оборудованием.
13	Требования по охране труда. Организация рабочего места.
14	Эффективность применения современного оборудования и приборов при планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий Экспертные системы.
15	Электронные магазины
16	Издательские системы. Сравнительная характеристика.
17	Подготовка к рекламной кампании с использованием запросов из баз данных.
18	Облачные базы данных
19	Планшетные приложения в работе рекламного агентства
20	Маркетинговые исследования в Интернет: опросы on-line.
21	Современные способы получения графической информации.
22	Программы поддержки принятия решений
23	Программные методы анализа информации
24	Использование электронной почты и списков рассылки в почтовой рекламе
25	Современные программы статистической обработки данных
26	Создание и продвижение web-сайта компании
27	Сети баннерного обмена, их назначение и принципы функционирования
28	Виды баннеров. Способы создания баннеров
29	Использование мультимедиа-презентаций в продвижении товаров и услуг

5.2.2 Типовые тестовые задания

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Разработайте план и структуру презентации продвигающего типа

Определите соответствующий тип диаграммы для наиболее эффективного представления информации разного типа

Напишите текст презентации проекта в формате «Питч» (elevatorpitch – презентация в лифте)

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 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»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная

Письменная

Компьютерное тестирование

Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет проводится в форме устного собеседования. Пользоваться справочными материалами не разрешается. Время на подготовку ответа – 30 минут.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Гринберг, А. С., Горбачев, Н. Н., Бондаренко, А. С.	Информационные технологии управления	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/71234.html
Алексеев А. П., Ванютин А. Р., Королькова И. А., Репечко Д. А., Мытько С. С.	Современные мультимедийные информационные технологии	Москва: СОЛОН-ПРЕСС	2017	http://www.iprbookshop.ru/64932.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Косиненко Н. С., Фризен И. Г.	Информационные технологии профессиональной деятельности	Саратов: Профобразование	2017	http://www.iprbookshop.ru/65730.html

Воловач, В. И., Кучеров, Б. А., Привалов, В. И., Горская, Т. В., Тетерина, А. А., Харламова, Е. С., Ковалева, О. В., Струкова, А. В., Евдокимова, Д. В., Акимкина, Э. Э., Аббасова, Т. С., Борисова, Д. А., Исаева, Г. Н., Наумушкин, В. А., Польшин, С. Н., Косарев, Д. И., Хижук, А. В., Сидорова, Н. П., Логачева, Н. В., Сидоров, Ю. Ю., Коптилин, Р. М., Погодин, А. В., Погодина, Ю. А., Горбатенко, В. Ю., Максимкин, А. И., Олифер, С. С., Теодорович, Н. Н., Строганова, С. М., Дмитриева, Е. А., Карпова, Н. М., Кравчени, М. С., Артюшенко, В. М.	Современные информационные технологии	Королёв: Научный консультант, МГОТУ	2017	http://www.iprbookshop.ru/75495.html
Клочко И. А.	Информационные технологии в профессиональной деятельности	Саратов: Профобразование	2017	http://www.iprbookshop.ru/64944.html
Баронов В. В., Калянов Г. Н., Попов Ю. Н., Титовский И. Н.	Информационные технологии и управление предприятием	Саратов: Профобразование	2017	http://www.iprbookshop.ru/63813.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

ЭБС IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru/> Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

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

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

Интернет-портал о рекламе, маркетинге и PR. [Электронный ресурс]. URL: www.sostav.ru
[//www.iprbookshop.ru](http://www.iprbookshop.ru)

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

6.4 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