

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«21» февраль 2023 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.16**

Цифровые технологии в профессиональной сфере

Учебный план: 2023-2024 42.04.01 ИБК РИСО в креат инд ЗАО №2-3-128.plx

Кафедра: **37** Рекламы и связей с общественностью

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

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

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

### План учебного процесса

| Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа<br>обучающихся |                   | Сам.<br>работа | Контроль,<br>час. | Трудоём-<br>кость,<br>ЗЕТ | Форма<br>промежуточной<br>аттестации |                           |
|---------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------|-------------------|---------------------------|--------------------------------------|---------------------------|
|                           | Лекции                           | Практ.<br>занятия |                |                   |                           |                                      |                           |
| 2                         | УП                               | 8                 | 8              | 79                | 13                        | 3                                    | Курсовой проект,<br>Зачет |
|                           | РПД                              | 8                 | 8              | 79                | 13                        | 3                                    |                           |
| Итого                     | УП                               | 8                 | 8              | 79                | 13                        | 3                                    |                           |
|                           | РПД                              | 8                 | 8              | 79                | 13                        | 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, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 528

Составитель (и):

кандидат философских наук, Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

Ассистент

\_\_\_\_\_

Парфенова Александра  
Владимировна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой рекламы и связей с  
общественностью

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Степанов Михаил  
Александрович

Методический отдел: Макаренко С.В.

---

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** формирование систематизированных теоретических знаний в области применения информационных технологий в профессиональной деятельности и современных методов обработки и анализа данных, получение практических навыков использования программного инструментария в своей профессиональной деятельности

### 1.2 Задачи дисциплины:

- освоение слушателями знаний о технологии создания, редактирования, оформления, сохранения, передачи и поиска информационных объектов различного типа (текстовых, графических, числовых и т. п.) с помощью современных программных средств;

- развитие умений и навыков использовать сервисы и информационные ресурсы сети Интернет в профессиональной деятельности;

- развитие способности видеть пути и способы повышения эффективности профессиональной деятельности средствами цифровых технологий.

### 1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

Интегрированные маркетинговые коммуникации

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

|   |
|---|
| <b>ОПК-6: Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</b>   |
| <b>Знать:</b> принципы функционирования и методы применения цифровых технологий, используемых в профессиональной сфере  |
| <b>Уметь:</b> применять цифровые технологии в управлении коммуникационной стратегией компании и организацией ее коммуникационной деятельности в соответствии с принципами и нормами профессиональной сферы. |
| <b>Владеть:</b> навыками осуществления организационно-управленческой деятельности в рекламе и связях с общественностью с применением цифровых технологий.   |

### 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

| Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий  | Семестр<br>(курс для ЗАО) | Контактная работа |               | СР<br>(часы) | Инновац.<br>формы<br>занятий |
|--|---------------------------|-------------------|---------------|--------------|------------------------------|
|  |                           | Лек.<br>(часы)    | Пр.<br>(часы) |              |                              |
| Раздел 1. Цифровые технологии в профессиональной деятельности.   | 2                         |                   |               |              |                              |
| Тема 1. Основные понятия дисциплины. Характеристика цифровых технологий. Использование цифровых технологий для решения профессиональных задач. Практическое занятие. Цифровая среда профессиональной сферы.  |                           | 1                 | 1             | 8            | ИЛ                           |
| Тема 2. Глобальные системы информационного обмена. Интернет как источник практических данных. Системы поиска в Интернет. ЭБС. Электронные библиотеки и базы данных. Практическое занятие. Работа с сервисами в интернет.   |                           | 1                 | 2             | 12           | ГД                           |
| Тема 3. Работа с форматами документов с использованием ресурсов Интернет: редактирование документов. Работа с электронными библиотеками. Правила цитирования. Защита авторских прав. Антиплагиат: проверка документа на объем заимствования в тексте документа. Облачные сервисы. Практическое занятия. Создание учетной записи. Средства облачного хранения данных. Совместная работа с документами. Сервис создания опросов и online-форм. |                           | 1                 | 1             | 11           | ГД                           |
| Раздел 2. Современные программные продукты как средство создания организационной документации.   |                           |                   |               |              |                              |
| Тема 4. Технологии и средства обработки текстовой информации. Практическое занятие. Работа в текстовых редакторах.   |                           | 2                 | 1             | 16           | АС                           |
| Тема 5. Технологии расчетов в электронных таблицах. Практическое занятие. Создание расчетов индивидуального исследования.  |                           | 1                 | 1             | 16           | АС                           |
| Тема 6. Эффективная презентация готового продукта. Практическое занятие: Принципы оптимизации информации, информативная визуализация.  |                           | 2                 | 2             | 16           | АС                           |
| Итого в семестре (на курсе для ЗАО)  |                           | 8                 | 8             | 79           |                              |
| Консультации и промежуточная аттестация (Курсовой проект, Зачет)   |                           | 3,25              |               |              |                              |
| <b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>  |                           | 19,25             |               | 79           |                              |

### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

**4.1 Цели и задачи курсовой работы (проекта):** Курсовая работа выполняется с целью повышения научно-профессионального компонента обучающегося.

Цель выполнения состоит в углублении разработки одной из проблем курса, представляющейся

актуальной и недостаточно исследованной, либо требующей переосмысления в новых условиях.

В связи с этим задачи подготовки курсовой работы можно свести к следующим:

- приобретение навыков работы с нормативно-правовыми документами по изучаемой проблеме;
- обобщение и систематизация результатов исследования проблемы, содержащихся в научной литературе;
- выявление дискуссионных теоретических вопросов в рамках исследуемой проблемы и аргументация собственного подхода;
- приобретение навыков обработки фактического материала, представления его в форме таблиц, диаграмм, графиков и их анализ.

**4.2 Тематика курсовой работы (проекта):** 1. Инструменты сбора статистики: счетчики и лог-анализаторы.

2. Табличные данные в проекте.
3. Анализ эффективности инфографики.
4. Современная веб-аналитика: вопросы теории и практики.
5. Контент-маркетинг в профессиональной сфере.
6. Социальные сети как инструмент цифровых коммуникаций.
7. Эффективная визуализация.
8. Концепция построения сети Интернет.
9. Преимущества и особенности электронного бизнеса.
10. Особенности PR деятельности в Интернет пространстве.
11. Web-сайт как инструмент продвижения организации.
12. Особенности редактирования текстов.
13. Маркетинговые коммуникации в Интернет пространстве.
14. Интернет реклама в профессиональной деятельности.
15. Медиапланирование в Интернет: теория и практика.
16. Интернет коммерция в профессиональной деятельности.
17. Цифровая эффективность Интернет-контента.
18. Современный рынок цифровых услуг.
19. Цифровые технологии: теория и практика.
20. Профессиональная коммуникация в цифровой среде.

#### **4.3 Требования к выполнению и представлению результатов курсовой работы (проекта):**

Курсовая работа – это первый опыт самостоятельной научной работы по данной дисциплине. Изучение избранной проблематики может быть продолжено в рамках подготовки выпускной квалификационной работы. Главным содержательным требованием является подтверждение наличия у ее автора базовых навыков самостоятельной работы.

Работа осуществляется по свободно избираемой автором тематике под руководством преподавателя дисциплины. Заявка на написание курсовой работы подается на кафедру в соответствии с графиком.

Работа выполняется индивидуально, с использованием компьютера.

Результаты представляются в виде работы, средний объем которой 25-30 страниц, список использованных источников – не менее 20 - 25 наименований. Процент оригинальности - не менее 55%.

Оформление курсовой работы

В представленной работе должно быть задание, титульный лист, содержание с указанием страниц, аннотация.

Письменная работа должна иметь поля и нумерацию страниц.

Задание и аннотация подшиваются перед титулом курсового проекта. Общий объем аннотации 5-7 коротких предложений.

Работа должна содержать введение, в котором последовательно излагаются: актуальность исследования, цель и задачи, определяются объект и предмет исследования, степень изученности проблемы, методы исследования. Далее излагается основная часть (главы и их разделы), заключение и список использованных источников.

Список источников формируется по мере использования источника в тексте и оформляется застрочными скобками.

Курсовая работа может сопровождаться иллюстративным приложением – графическими изображениями (рисунками, схемами, фотографиями, ксерокопиями; нельзя использовать иллюстрации, вырезанные из книг). Иллюстративные материалы прикладываются в прозрачной файл-папке, которая помещается после списка использованных источников.

Защита курсовых работ. С сообщением о содержании работы выступает автор (в течение 10 минут). После сообщения автору задаются вопросы со стороны принимающего преподавателя и присутствующих. Ответы должны быть краткими и по существу вопроса. После выступления автора курсовой работы его качество оценивается преподавателем.

Основными критериями оценки курсовой работы являются: использование актуальной научной литературы по теме работы; полнота при раскрытии сущности и содержания исследуемой темы; демонстрация навыков работы со специализированным инструментарием; логика и последовательность изложения материала; аргументированность авторской точки зрения, наличие выводов; соответствие техническим требованиям к оформлению работы; успешная защита работы.

## 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  |
|-----------------|--|---|
| ОПК-6           | определяет разнообразие цифровых коммуникационных средств, продуктов и технологий, применяемых в управлении коммуникационной средой компании ;<br>характеризует организационно-управленческую деятельность компании в цифровой среде;<br>составляет план реализации коммуникационных кампаний в цифровой среде или в оффлайн пространстве, применяя цифровые технологии продвижения. | Вопросы для устного собеседования<br>Практико-ориентированное задание<br>Практико-ориентированное задание |

#### 5.1.2 Система и критерии оценивания

| Шкала оценивания        | Критерии оценивания сформированности компетенций   |  |
|-------------------------|--|--|
|                         | Устное собеседование   | Письменная работа  |
| 5 (отлично)             |  | Критическое и разностороннее рассмотрение вопросов по курсовому проектированию, свидетельствующее о значительной самостоятельной работе с источниками. Качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям. Работа выполнена самостоятельно. Данные Антиплагиата соответствуют требованиям.  |
| 4 (хорошо)              |  | Все заданные вопросы освещены в необходимой полноте и с требуемым качеством. Ошибки отсутствуют. Самостоятельная работа проведена в достаточном объеме, но ограничивается только основными рекомендованными источниками информации. Работа выполнена в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки или отступления от правил оформления работы.   |
| 3 (удовлетворительно)   |  | Задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием. Задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными ошибками. При этом нарушены правила оформления или сроки представления работы.  |
| 2 (неудовлетворительно) |  | Работа не предоставлена.<br>Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы.<br>Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы.<br>Содержание работы не раскрывает тему, вопросы изложены поверхностно, нет анализа материала, основные положения и рекомендации не имеют обоснования. |
| Зачтено                 | Обучающийся ответил на один из вопросов для устного собеседования, показав знание материала в полном объеме; последовательно и |  |

|            |   |  |
|------------|---|--|
|            | <p>продуманно изложив его с использованием терминологии учебного предмета, применяя конкретные примеры. Показал умение делать обобщение, сравнение, выводы. Содержание материала изложено самостоятельно, без наводящих или уточняющих вопросов. В целом полностью выполнил предложенное практическое задание, допускается несколько (3-4 несущественные ошибки или неточности).</p>  |  |
| Не зачтено | <p>Обучающийся не способен к связному ответу на полученный вопрос, демонстрирует незнание или непонимание базовых понятий материала.</p> <p>Обучающийся не смог ответить на один из поставленных теоретических вопросов по всему курсу, показав отсутствие знаний по изучаемой дисциплине.</p> <p>Задание или не сделано, или допущено много ошибок, классифицируемых как грубые.</p> |  |

## 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  |
|--------|--|
| Курс 2 |  |
| 1      | Характеристика цифровых технологий.  |
| 2      | Современная веб-аналитика: вопросы теории и практики.                                    |
| 3      | Антиплагиат: проверка документа на объем заимствования в тексте документа.               |
| 4      | Облачные сервисы: создание общего рабочего пространства и предоставление доступа к нему. |
| 5      | Интернет ресурсы в профессиональной деятельности.  |
| 6      | Дополнительные требования к интернет-магазину или сайту с каталогом товаров.             |
| 7      | Требования к созданию и поддержанию работы сайта.  |
| 8      | Платформы конструирования сайтов.  |
| 9      | Виды сайтов.   |
| 10     | Жизненные стадии сайтов.   |
| 11     | Функции сайта компании.  |
| 12     | Основные характеристики веб-сайтов коммерческих компаний.                                |
| 13     | Модель интегрированных маркетинговых коммуникаций в сети Интернет.                       |
| 14     | Сайт компании как коммуникационный инструмент.   |
| 15     | Проблемы маркетинга в условиях цифровизации.   |
| 16     | Платформы и системы взаимодействия с потребителями в цифровой среде.                     |
| 17     | Автоматизация планирования и реализации маркетинговых коммуникаций.                      |
| 18     | Цифровые методы сбора, обработки и анализа маркетинговой информации.                     |
| 19     | Организация взаимодействия с потребителями в цифровой среде.                             |
| 20     | Элементы комплекса маркетинговых коммуникаций в цифровой среде.                          |
| 21     | Задачи цифровой трансформации процесса маркетинговой деятельности.                       |
| 22     | Особенности комплекса маркетинга в цифровой экономике.                                   |
| 23     | Потребительское поведение в эпоху цифровых коммуникаций.                                 |
| 24     | Функционирование и развитие предпринимательства в условиях цифровой экономики.           |
| 25     | Контент-маркетинг в профессиональной сфере.  |
| 26     | Концепция построения сети Интернет.  |

|    |  |
|----|--|
| 27 | Социальные сети как инструмент цифровых коммуникаций.  |
| 28 | Цифровое поколение и новый образ жизни.  |
| 29 | История цифровых технологий.   |
| 30 | Преимущества и особенности электронного бизнеса.   |
| 31 | Новейшие инструменты цифрового маркетинга в России и мире.   |
| 32 | Использование цифровых технологий для решения профессиональных задач.  |
| 33 | Принципы разработки и реализации SMM-стратегии в различных социальных сетях.   |
| 34 | Управление репутацией бренда в социальных сетях.   |
| 35 | Таргетинг в социальных сетях.  |
| 36 | Реклама и ее окупаемость в социальных сетях.   |
| 37 | Конкурсы в социальных сетях.   |
| 38 | Работа с лидерами мнений в блогпространстве.   |
| 39 | Создание контент-стратегии. Категории контента для социальных сетей.   |
| 40 | Задачи и инструменты маркетинга в социальных сетях.  |
| 41 | Форматы присутствия в социальных сетях.  |
| 42 | Социальные сети как маркетинговый инструмент.  |
| 43 | Графическое форматирование контента для web. Создание вирального контента.   |
| 44 | Виды контента и способы его создания.  |
| 45 | Принципы разработки контент-плана.   |
| 46 | Определение целевой аудитории контента.  |
| 47 | ЭБС. Электронные библиотеки и базы данных.<br>Правила цитирования.<br>Защита авторских прав.   |
| 48 | Цифровые технологии: теория и практика.<br>Профессиональная коммуникация в цифровой среде.   |
| 49 | Глобальные системы информационного обмена. Интернет как источник практических данных.  |
| 50 | Работа с форматами документов с использованием ресурсов Интернет: редактирование документов.<br>Системы поиска в Интернет.   |
| 51 | Современные программные продукты как средство создания организационной документации: создание электронного текстового документа в соответствии с индивидуальным заданием.                                    |
| 52 | Современные программные продукты как средство создания организационной документации: создание электронной расчетной таблицы или серии таблиц (аналитический отчет) в соответствии с индивидуальным заданием. |
| 53 | Подготовка сайта и инструментов аналитики.   |
| 54 | Подготовка к созданию контекстной рекламной кампании.  |
| 55 | Цифровая эффективность Интернет-контента.  |
| 56 | Основные понятия при разработке контекстной рекламы.   |
| 57 | Маркетинговые коммуникации в Интернет пространстве.  |
| 58 | Медиапланирование в Интернет: теория и практика.   |
| 59 | Web-сайт как инструмент продвижения организации.   |
| 60 | Современный рынок цифровых услуг.  |
| 61 | Современные программные продукты как средство создания организационной документации: создание электронной презентации в соответствии с индивидуальным заданием.  |

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

1. Современные программные продукты как средство создания организационной документации: создание электронного текстового документа в соответствии с индивидуальным заданием.

2. Современные программные продукты как средство создания организационной документации: создание электронной расчетной таблицы или серии таблиц (аналитический отчет) в соответствии с индивидуальным заданием.

3. Современные программные продукты как средство создания организационной документации: создание электронной презентации в соответствии с индивидуальным заданием.



### 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

Своевременно сданный курсовой проект.

Особенности проведения зачета заключаются в проведении устного собеседования по одному из теоретических вопросов, и выполнении практико-ориентированного задания.

На подготовку к которому обучающемуся выделяется 20 минут.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

| Автор  | Заглавие   | Издательство  | Год издания | Ссылка  |
|--|--|---|-------------|---|
| <b>6.1.1 Основная учебная литература</b>   |  |   |             |   |
| Камнева, Е. В., Гретченко, А. И., Дедов, Н. П., Жигун, Л. А., Коробанова, Ж. В., Крылов, А. Ю., Неврюев, А. Н., Полевая, М. В., Полевой, С. А., Пряжников, Н. С., Симонова, М. М., Камневой, Е. В., Симоновой, М. М., Полевой, М. В. | Цифровая экономика: социально-психологические и управленческие аспекты | Москва: Прометей  | 2019        | <a href="http://www.iprbookshop.ru/94580.html">http://www.iprbookshop.ru/94580.html</a>   |
| Сафонова, Л. А., Смоловик, Г. Н., Королева, В. П.  | Интернет-маркетинг   | Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики | 2019        | <a href="https://www.iprbookshop.ru/90586.html">https://www.iprbookshop.ru/90586.html</a> |

|   |  |   |      |   |
|---|--|---|------|---|
| Аблов, О. И.,<br>Балашова, Е. Ю.,<br>Бахадова, Е. В.,<br>Белинская, Е. П.,<br>Богачева, Н. В.,<br>Бойко, О. М.,<br>Борисова, Н. В.,<br>Букинич, А. М.,<br>Бурлакова, Н. С.,<br>Бусыгина, Н. П.,<br>Винокуров, Ф. Н.,<br>Войскунский, А. Е.,<br>Гавриченко, О. В.,<br>Головей, Л. А.,<br>Голубева, Н. А.,<br>Гришина, Н. В.,<br>Гусельцева, М. С.,<br>Данилова, М. В.,<br>Емелин, В. А.,<br>Жуйкова, Е. Б.,<br>Иванова, Е. И.,<br>Иванова, И. В.,<br>Калинина, М. И.,<br>Киселева, Е. А.,<br>Ласьков, Г. Д.,<br>Мальшева, Н. Г.,<br>Марцинковская, Т. Д.,<br>Мишина, М. М.,<br>Нестик, Т. А.,<br>Никитина, Е. А.,<br>Нуркова, В. В.,<br>Олешкевич, В. И.,<br>Орестова, В. Р.,<br>Петрушихина, Е. Б.,<br>Печникова, Л. С.,<br>Полева, Н. С.,<br>Ривина, И. В.,<br>Соболева, М. О.,<br>Ткаченко, Д. П.,<br>Улановская, И. М.,<br>Фоломеева, Т. В.,<br>Хорошилов, Д. А.,<br>Хузеева, Г. Р.,<br>Шаехов, З. Д.,<br>Шнейдер, Л. Б.,<br>Марцинковской, Т. Д.,<br>Орестовой, В. Р.,<br>Гавриченко, О. В. | Цифровое общество в культурно-исторической парадигме                 | Москва: Московский педагогический государственный университет | 2019 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/92898.html">http://www.iprbookshop.ru/92898.html</a>   |
| Алашкин, П. А.,<br>Суворовой, П.  | Всё о рекламе и продвижении в Интернете                              | Москва: Альпина Паблишер                                      | 2019 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/86863.html">http://www.iprbookshop.ru/86863.html</a>   |
| Чумиков, А. Н.,<br>Бочаров, М. П.,<br>Тишкова, М. В.  | PR в Интернете: web 1.0, web 2.0, web 3.0                            | Москва: Альпина Паблишер                                      | 2020 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/96860.html">http://www.iprbookshop.ru/96860.html</a>   |
| <b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>  |  |   |      |   |
| Котлер, Филип,<br>Фернандо, Триас,<br>Виноградова, Т.,<br>Царук, Л.   | Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей          | Москва: Альпина Паблишер                                      | 2019 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/82704.html">http://www.iprbookshop.ru/82704.html</a>   |
| Дэн, Кеннеди, Мезин, Н.   | Жесткий директ-маркетинг: заставьте покупателя достать бумажник      | Москва: Альпина Паблишер                                      | 2019 | <a href="https://www.iprbookshop.ru/86729.html">https://www.iprbookshop.ru/86729.html</a> |
| Макки, Роберт,<br>Джерас, Том,<br>Евстигнеева, И.   | Сториномика: Маркетинг, основанный на историях, в пострекламном мире | Москва: Альпина нон-фикшн                                     | 2019 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/82646.html">http://www.iprbookshop.ru/82646.html</a>   |
| Балуев, Д.  | Секреты приложений Google  | Москва: Альпина Паблишер                                      | 2019 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/82484.html">http://www.iprbookshop.ru/82484.html</a>   |

## 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

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

Первая полоса. Маркетинг и реклама. Бизнес и инновации. [Электронный ресурс] URL: [www.reklamaster.com](http://www.reklamaster.com)

Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью [Электронный ресурс] <http://www.akospr.ru/>

Сетевое издание AdIndex.ru [Электронный ресурс] <https://adindex.ru/>

Рейтинговое издание [Электронный ресурс] <https://www.alladvertising.ru/spb/>

Инфраструктурная формация RUWARD [Электронный ресурс] <https://ruward.ru/group/>

Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс].

URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

## 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

phpMyAdmin

Adobe Dreamweaver

WordPress

Google Forms

## 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 |
| Учебная аудитория  | Специализированная мебель, доска  |