

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

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«28» \_\_\_ 06 \_\_\_ 2022 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.06**

Информационно-технологическое обеспечение рекламы и связей с общественностью

Учебный план: 2022-2023 42.04.01 ВШПМ РИСО в медиаиндустрии ЗАО №2-3-134.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: заочная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающ	Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
2	УП	8	96	4	Зачет
	РПД	8	96	4	
Итого	УП	8	96	4	
	РПД	8	96	4	

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
- Научно-практический семинар
- Рекламные и PR-коммуникации в глобальной медиаиндустрии
- Планирование и реализация коммуникационных кампаний в медиаиндустрии

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ПК-2: Способен проводить работы по обработке и анализу научно-технической информации и результатов исследования? в сфере рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии</b>
<b>Знать:</b> возможности новых информационных технологий в сфере рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии
<b>Уметь:</b> применять актуальную нормативную документацию в сфере научных знаний в области рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии
<b>Владеть:</b> навыками разработки планов и методических программ проведения исследований и разработок

## 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа	СР (часы)	Инновац. формы занятий
		Пр. (часы)		
Раздел 1. Новые медийные технологии	2			
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.		1	12	
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.		1	12	

Тема 3. Тенденции и перспективы развития новых медийных технологий. Положение и статус медийных технологий на протяжении последних двух лет. Тенденции развития.	1	12	
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.	1	12	
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	1	12	
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.	1	12	
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	1	12	

Тема 8. Вычисления и условное форматирование в электронных таблицах (MS Excel). Создание диаграммы Ганта (MS Excel)	1	12	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	8	96	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25		
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>	<b>8,25</b>	<b>96</b>	

#### 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
ПК-2	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	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Учитываются баллы, накопленные в течение семестра.	
Не зачтено	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. 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
Курс 2	
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

Не предусмотрено

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

Разработайте план и структуру презентации продвигающего типа

Определить 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
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Зинурова, Р. И.	Мультимедийные технологии в образовании	Казань: Казанский национальный исследовательский технологический университет	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/109561.html">http://www.iprbookshop.ru/109561.html</a>
Сычев, А. В.	Web-технологии	Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа	2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/89412.html">http://www.iprbookshop.ru/89412.html</a>
Белаш, В. Ю., Салдаева, А. А.	Информационно-коммуникационные технологии	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	<a href="http://www.iprbookshop.ru/111181.html">http://www.iprbookshop.ru/111181.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Титова, Л. Н., Жилко, Е. П., Дямина, Э. И., Рамазанова, Р. Р.	Мультимедийные технологии. Социальные сервисы в образовании	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/95154.html">http://www.iprbookshop.ru/95154.html</a>
Бондаренко, И. С.	Информационные технологии	Москва: Издательский Дом МИСиС	2021	<a href="https://www.iprbookshop.ru/116933.html">https://www.iprbookshop.ru/116933.html</a>
Башмакова, Е. И.	Информационные технологии в лингвистике	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2021	<a href="http://www.iprbookshop.ru/103344.html">http://www.iprbookshop.ru/103344.html</a>

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

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](http://www.sostav.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