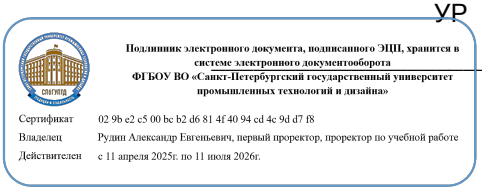
Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по УР



А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.06 Информационно-технологическое обеспечение рекламы и связей с общественностью

Учебный план: 2024-2025 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: (специализация) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся: Практ. занятия	Сам. работа	Контроль, час.	Трудоёмкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
2	УП	8	96	4	3	Зачет
	РПД	8	96	4	3	
Итого	УП	8	96	4	3	
	РПД	8	96	4	3	

Санкт-Петербург
2024

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 Минобрнауки России 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

Научно-практический семинар

Методы научно-методологического поиска

Репутационные технологии в медиаиндустрии

Производственная практика (научно-исследовательская практика)

Планирование и реализация коммуникационных кампаний в медиаиндустрии

Рекламные и PR-коммуникации в глобальной медиаиндустрии

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2: Способен проводить работы по обработке и анализу научно-технической информации и результатов исследовании? в сфере рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии
Знать: возможности новых информационных технологий в сфере рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии
Уметь: применять актуальную нормативную документацию в сфере научных знаний в области рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии
Владеть: 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		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		8,25	96	

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

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

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