

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.О.16**

Цифровые технологии в профессиональной сфере

Учебный план: 2025-2026 42.04.01 ИБК Бренд-комм ЗАО №2-3-38.plx

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

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

Профиль подготовки: Бренд-коммуникации  
(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. | Трудоё<br>мкость,<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, утверждённым 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

\_\_\_\_\_

Савицкая Вероника  
Юрьевна

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 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. Экономика данных и особенности коммуникаций в условиях цифрового перехода.

2. Цифровые технологии в медийной сфере. PR 4.0. – основные тренды.

3. Современное информационное пространство.

4. Медиаиндустрия в условиях цифровой реальности.

5. Реклама и вопросы информационной безопасности. Потенциальные угрозы сохранности информации.

6. Блокирование доступа к интернет-ресурсам. Контроль третьими лицами работы в сети Интернет. Прокси и анонимайзеры. Безопасность ОС. Шифрование данных.

7. Правила конфиденциальности и защиты от несанкционированного доступа к результатам маркетинговых исследований.

8. Компьютерный анализ текстов и контент-анализ.

9. Технологии сбора и анализа информации. Computer-Assisted Reporting (CAR).

10. Работа с почтовыми рассылками, форумами и конференциями (newsgroups).

11. Основные поставщики новостного информационного контента. Фильтры новостей – Google/Yahoo/CNN/BBC Alerts, Yandex-подписка.

12. Работа с RSS-подписками(Feeds) и RSS-Agгperаторами.

13. Взаимодействие с экспертами. Новостные архивы.

14. Метапоисковые сервисы.

15. Блоги и блогосфера.

16. Работа с информацией, созданной пользователями сети (user-generated content).

17. Анализ, оценка, проверка информации по методике CARS (Credibility, Accuracy, Reasonableness, Support – Правдивость, Точность, Обоснованность, Поддержка) применительно к проф. деятельности.

18. Ресурсы, требующие повышенного внимания и контроля при работе с ними.

19. Работа со статистическими данными, используемыми в творческой работе.

20. Корпоративный сайт как основа интернет-коммуникаций.

21. Электронный PR-текст. Жанровая и типологическая характеристика контент-проектов в Интернет.

22. SEO-копирайтинг.

23. Медийная (баннерная) реклама.

24. Контекстная реклама.

25. Реклама в RSS-каналах.

26. Блоги в связях с общественностью в рекламе.

27. Социальные сети в связях с общественностью и рекламе.

28. Social Media Marketing: особенности, основные цели и задачи.

29. Инструменты продвижения в социальных сетях.

30. Инфографика. Компьютерная графика. Закономерности зрительного восприятия форм и пространства.

31. Основы композиции и программные продукты.

32. Облачные технологии. Общая архитектура корпоративной облачной системы.

33. Место PR в корпоративной облачной системе.

34. Информационные инструменты взаимодействия с сотрудниками и клиентами в облачной среде.

35. Программные компоненты и средства электронного облачного офиса.

#### **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 мене 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 офлайн 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) |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>Работа не предоставлена.</p> <p>Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы.</p> <p>Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе, либо грубое нарушение правил оформления или сроков представления работы.</p> <p>Содержание работы не раскрывает тему, вопросы изложены поверхностно, нет анализа материала, основные положения и рекомендации не имеют обоснования.</p> |
| Зачтено                 | <p>Обучающийся ответил на один из вопросов для устного собеседования, показав знание материала в полном объеме; последовательно и 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 не существенные 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>                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                  |                                                                                               |             |                                                                                                           |
| Сафонова, Л. А.,<br>Смоловик, Г. Н.,<br>Королева, В. П.                                                                                                                                                                                                                  | Интернет-маркетинг                                                               | Новосибирск: Сибирский<br>государственный<br>университет<br>телекоммуникаций и<br>информатики | 2019        | <a href="https://www.iprbooks&lt;br/&gt;hop.ru/90586.html">https://www.iprbooks<br/>hop.ru/90586.html</a> |
| Камнева, Е. В.,<br>Гретченко, А. И.,<br>Дедов, Н. П., Жигун,<br>Л. А., Коробанова, Ж.<br>В., Крылов, А. Ю.,<br>Неврюев, А. Н.,<br>Полевая, М. В.,<br>Полевой, С. А.,<br>Пряжников, Н. С.,<br>Симонова, М. М.,<br>Камневой, Е. В.,<br>Симоновой, М. М.,<br>Полевой, М. В. | Цифровая экономика:<br>социально-<br>психологические и<br>управленческие аспекты | Москва: Прометей                                                                              | 2019        | <a href="http://www.iprbooksh&lt;br/&gt;op.ru/94580.html">http://www.iprbooksh<br/>op.ru/94580.html</a>   |
| Чумиков, А. Н.,<br>Бочаров, М. П.,<br>Тишкова, М. В.                                                                                                                                                                                                                     | PR в Интернете: web 1.0,<br>web 2.0, web 3.0                                     | Москва: Альпина<br>Паблицер                                                                   | 2020        | <a href="http://www.iprbooksh&lt;br/&gt;op.ru/96860.html">http://www.iprbooksh<br/>op.ru/96860.html</a>   |
| Алашкин, П. А.,<br>Суворовой, П.                                                                                                                                                                                                                                         | Всё о рекламе и<br>продвижении в Интернете                                       | Москва: Альпина<br>Паблицер                                                                   | 2019        | <a href="http://www.iprbooksh&lt;br/&gt;op.ru/86863.html">http://www.iprbooksh<br/>op.ru/86863.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>Малышева, 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> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------|

#### 6.1.2 Дополнительная учебная литература

|                                                            |                                                                      |                           |      |                                                                                         |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|---------------------------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Балуев, Д.                                                 | Секреты приложений Google                                            | Москва: Альпина Паблишер  | 2019 | <a href="http://www.iprbookshop.ru/82484.html">http://www.iprbookshop.ru/82484.html</a> |
| Макки, Роберт, Джерас, Том, 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> |
| Котлер, Филип, Фернандо, Триас, Виноградова, Т., 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.iprbooks.ru/86729.html">https://www.iprbooks.ru/86729.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                                                                                                                                        |