

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНТРАНС РОССИИ)
ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)
ФГБОУ ВО «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»
(ФГБОУ ВО СПбГУ ГА)

УТВЕРЖДАЮ



Первый проректор-проректор по
учебной работе

Н.Н. Сухих

2018 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ЦИФРОВЫЕ И ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль)
Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе

Квалификация выпускника
(бакалавр)

Форма обучения - очная

Санкт-Петербург
2018

1 Цели освоения дисциплины (модуля)

Целями дисциплины «Цифровые и интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» являются: формирование у студентов теоретических **знаний** о современных тенденциях в области цифровых и интернет-технологий, их видах и формах, а также приобретение **умений** и практических **навыков** подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий по продвижению товаров и услуг с применением интернет-инструментария.

Задачами освоения дисциплины являются:

- сформировать **знания** об основных принципах работы в интернет-среде, тенденциях виртуализации общества и их влиянии на сферу B2B и B2C;

- приобрести **умения** по работе с информацией в глобальных информационных сетях, работе с тематическими приложениями;

- выработать **навыки** самостоятельного анализа информации, решения задач по созданию эффективного имиджа компании с использованием интернет-инструментария, по созданию отдельных элементов корпоративного имиджа с использованием цифровых технологий и интернет-ресурсов.

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к коммуникационной и рекламно-информационной, рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической видам профессиональной деятельности.

2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина (модуль) «Цифровые и интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» представляет собой дисциплину, относящуюся к вариативной части Блока 1.

Дисциплина (модуль) «Цифровые и интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» базируется на результатах обучения, полученных при изучении дисциплин: «Основы интегрированных коммуникаций», «Компьютерные технологии и информатика».

Дисциплина (модуль) «Цифровые и интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» является обеспечивающей для ГИА.

Дисциплина (модуль) изучается в 4 семестре.

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс освоения дисциплины «Цифровые и интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» направлен на формирование следующих компетенций:

Перечень и код компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6)	Знать: – специфику осуществления деятельности в области рекламы и связей с общественностью на основе информационной и библиографической культуры с использованием цифровых и интернет-технологий; Уметь: – решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры цифровой и интернет-среде; Владеть: – навыками выполнения аналитической и организационной работы при подготовке интернет-проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.

<p>способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8)</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности использования современных цифровых и интернет-технологий в области подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – планировать и организовывать коммуникационную и рекламную кампанию в интернете с использованием различных технологий в рамках традиционных и современных средств; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках использования цифровых и интернет-технологий.
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4 Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины «Цифровые и интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

Наименование	Всего часов	Семестры
		4
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
контактная работа	64,5	64,5
Лекции	32	32
практические занятия	32	32
Семинары	-	-
лабораторные работы	-	-
курсовой проект (работа)	-	-
Самостоятельная работа студента	8	8
Промежуточная аттестация	36	36
Контактная работа	0,5	0,5
Самостоятельная работа по подготовке к зачету с оценкой	Зачет с оценкой 35,5	Зачет с оценкой 35,5

5 Содержание дисциплины (модуля)

5.1 Соотнесения тем (разделов) дисциплины (модуля) и формируемых компетенций

Темы дисциплины	Кол-во часов	Компетенции		Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОПК-6	ПК-8		
Тема 1. Информационная работа специалиста по рекламе и связям с общественностью в условиях современного общества	13	+		Л, ПЗ, СРС ВК	У.
Тема 2. Особенности работы в рамках дигитализации рекламной и PR-деятельности	9	+		Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 3. Каналы электронной коммуникации	9	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 4. Сферы деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в Интернет-среде	9	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 5. Сайт как базовая технология рекламной и PR-деятельности в Интернете	9	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 6. Социальные сети как	9	+	+	Л,	У, Д

Темы дисциплины	Кол-во часов	Компетенции		Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОПК-6	ПК-8		
рекламная и PR-технология				ПЗ, СРС	
Тема 7. Организация работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в интернет-пространстве	14	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Д
Итого по дисциплине	72				
Промежуточная аттестация	36				
Всего по дисциплине (модулю)	108				

Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, СРС – самостоятельная работа студента, ВК – входной контроль, У – устный опрос, Д – доклад.

5.2 Темы (разделы) дисциплины (модуля) и виды занятий

Наименование темы дисциплины	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 1. Информационная работа специалиста по рекламе и связям с общественностью в условиях современного общества	6	6	-	-	1	-	13
Тема 2. Особенности работы в рамках дигитализации рекламной и PR-деятельности	4	4	-	-	1	-	9

Наименование темы дисциплины	Л	ПЗ	С	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 3. Каналы электронной коммуникации	4	4	-	-	1	-	9
Тема 4. Сферы деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в Интернет-среде	4	4	-	-	1	-	9
Тема 5. Сайт как базовая технология рекламной и PR-деятельности в Интернете	4	4	-	-	1	-	9
Тема 6. Социальные сети как рекламная и PR-технология	4	4	-	-	1	-	9
Тема 7. Организация работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в интернет-пространстве	6	6	-	-	2	-	14
Итого за семестр	32	32			8		72
Промежуточная аттестация							36
Всего по дисциплине (модулю)							108

5.3 Содержание дисциплины (модуля)

ТЕМА 1. Информационная работа специалиста по рекламе и связям с общественностью в условиях современного общества

Значение информации в развитии современного информационного общества, опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, требования информационной безопасности. Основные тенденции виртуализации общества.

Переход на экономику «потребления информации» и «привлечения внимания». Эффект «информационной перегрузки» потребителей. Копирование информации. Информация и общественное мнение. Информация и социальные стереотипы. Особенности восприятия информации современными потребителями. Общественное мнение в интернете: особенности функционирования и развития. Каналы коммуникации с целевыми аудиториями. Анализ перспектив применения интернет-технологий при воздействии на общественное мнение. Методика проверки объективности информации, полученной в интернете.

ТЕМА 2. Особенности работы в рамках дигитализации рекламной и PR-деятельности

Цели и задачи дигитализации рекламной и PR-деятельности. Специфика процесса конвергенции в рамках дигитализации рекламных и PR-технологий. Демассификация рекламы. Работа с целевыми аудиториями с применением цифровых технологий. Эффективные digital-каналы взаимодействия с целевыми аудиториями. Совершенствование структуры бизнес-процессов в условиях дигитализации.

ТЕМА 3. Каналы электронной коммуникации

Устная, документная и электронная коммуникация. Понятие электронной коммуникации. Функции электронной коммуникации. Этапы становления электронной коммуникации. М. Маклюэн об электронной коммуникации и коммуникационной революции. Понятие «глобальной деревни». Каналы электронной коммуникации в интернете: понятие и виды. Понятие и виды базовых информационных технологий. Технологии защиты информации. Понятие поисковой системы. Принципы поиска поисковых систем. Содержание и назначение рейтингов и счетчиков. Виды рейтингов и счетчиков.

ТЕМА 4. Сферы деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в Интернет-среде

Основные сферы деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в Интернете: создание рекламного продукта, имиджа, взаимодействие с целевыми аудиториями. Интернет-брендинг. Интернет-маркетинг. Интернет-консалтинг. Разработка и ведение интернет-проектов. Разработка концепций корпоративных сайтов, виртуальных музеев, интернет-магазинов, интернет-аукционов и др. электронных площадок. Виртуальный офис как атрибут имиджа организации. Структура разделов виртуального офиса. Анализ функций и возможностей виртуального офиса. Взаимосвязь интернет - технологий и целей создания виртуального офиса. Специализированное программное обеспечение для решения рекламных и PR-задач. Консультационное программное обеспечение (экспертные системы), программное обеспечение. Программы по тайм-менеджменту. Программы по управлению проектами. Содержание и сущность E-mail marketing. Виды E-mail marketing и их характеристика. Определение достоинств и недостатков использования направлений E-mail marketing в деятельности PR-специалиста при работе с целевыми аудиториями.

ТЕМА 5. Сайт как базовая технология рекламной и PR-деятельности в Интернете

Понятие и виды сайтов. Этапы создания сайта. Структура сайта: обязательные и дополнительные разделы. Назначение сайта. Цели сайта. Методы оптимизации сайта. Типовые угрозы продвижению интернет-сайтов. Методы их заблаговременного выявления и противодействия. Типовые ошибки, совершаемые при продвижении интернет-сайтов. Особенности создания

фирменного стиля сайта PR-специалистом. Сущность и назначение логотипа. Эффективные и неэффективные логотипы. Принципы создания логотипа. Разработка логотипа PR-специалистом. Разработка логотипа IT-специалистом. Этапы разработки логотипа: подготовительная, работа, разработка концепции логотипа, концепции и создание окончательного варианта логотипа, внедрение логотипа. Программы для создания логотипа: Jetalogodesigner, LogoDesignStudio, LogoCreator.

ТЕМА 6. Социальные сети как рекламная и PR-технология

Сетевой подход для специалиста по рекламе и связям с общественностью. Сущность и функция социальных медиаресурсов. Виды социальных сетей. Принципы и механизм работы социальной сети. Исследование социальных сетей. Анализ аудитории разных социальных сетей. Социальные сети и мессенджеры: технологии и специфика аудитории. Правовые аспекты продвижения бренда и продукции в социальных сетях. Основные принципы работы с отзывами потребителей. Социальные сети как база данных потребителей. Особенности функционирования бренда в социальных сетях. Рыночные доли социальных сетей. Понятие и виды SMM-технологий. Особенности применения SMM-технологий.

ТЕМА 7. Организация работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в интернет-пространстве

Этапы работы. Предпроектное исследование. Анализ поисковых запросов. Выявление ядра поисковых запросов. Проектирование структуры интернет-ресурса. Методы распределения ответственности исполнителей. Методы контроля интернет-технологий в исследованиях, планировании и анализе

эффективности профессиональной деятельности в сфере коммуникаций.

Технология мобильного офиса для специалиста по рекламе и связям с общественностью. Офисное программное обеспечение для мобильных устройств. Текстовые документы, электронные таблицы, мобильные презентации, управление контактами, планирование времени. Форматы электронных книг, программы для чтения.

Сервисы, предоставляющие услуги в области интернет-продвижения. Сервисы, предоставляющие контентные услуги, в том числе и по печатным источникам информации. Сервисы выявления заимствования информации. Сервисы перевода и конвертирования в режиме реального времени. Наборы онлайн-офисных приложений. Сервисы мгновенной и отложенной коммуникации. Специальные сервисы для оценки эффективности деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в социальных сетях.

Основные статистические методы оценки качества интернет-ресурса. Учет посещаемости. Достоинства и недостатки анализа результатов сетевых сервисов и логов сервера. Цитируемость сайтов. Позиции сайтов в поисковых системах. Программное обеспечение для аудита интернет-сайта.

5.4 Практические занятия

Номер темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (часы)
1	Практическое занятие № 1. Особенности восприятия информации современными потребителями.	2
1	Практическое занятие № 2. Каналы коммуникации с целевыми аудиториями в интернете.	2
1	Практическое занятие № 3. Эффект «информационной	2

Номер темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо- емкость (часы)
	перегрузки» потребителей.	
2	Практическое занятие № 4. Специфика процесса конвергенции в рамках дигитализации рекламных и PR-технологий.	2
2	Практическое занятие № 5. Совершенствование структуры бизнес-процессов в условиях дигитализации.	2
3	Практическое занятие № 6. Функции электронной коммуникации.	2
3	Практическое занятие № 7. М. Маклюэн об электронной коммуникации и коммуникационной революции. Понятие «глобальной деревни».	2
4	Практическое занятие № 8. Разработка и ведение интернет-проектов.	2
4	Практическое занятие № 9. Анализ функций и возможностей виртуального офиса.	2
5	Практическое занятие № 10. Структура сайта: обязательные и дополнительные разделы.	2
5	Практическое занятие № 11. Особенности создания фирменного стиля сайта PR-специалистом.	2
6	Практическое занятие № 12. Принципы и механизм работы социальной сети.	2
6	Практическое занятие № 13. . Социальные сети и мессенджеры: технологии и специфика аудитории.	2
7	Практическое занятие № 14. Анализ поисковых запро-	2

Номер темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо- емкость (часы)
	сов.	
7	Практическое занятие № 15. Офисное программное обеспечение для мобильных устройств.	2
7	Практическое занятие № 16. Методы контроля интернет-технологий.	2
	Итого за семестр	32
	Итого по дисциплине (модулю)	32

5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
1	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 2, 3, 5]. 2 Составление развернутого плана-конспекта по основ-	1

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
	<p>ным вопросам практического занятия.</p> <p>3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами.</p>	
2	<p>1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 2, 3, 5].</p> <p>2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.</p> <p>3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами</p>	1
3	<p>1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 3,4, 5,6].</p> <p>2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.</p> <p>3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами</p>	1
4	<p>1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5, 6].</p> <p>2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.</p> <p>3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами</p>	1
5	<p>1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5, 6].</p> <p>2 Составление развернутого плана-конспекта по основ-</p>	1

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
	ным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами	
6	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5, 6]. 2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами	1
7	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5, 6]. 2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами	1
8	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1, 4, 5, 6]. 2 Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами	2
	Итого за семестр	8
	Итого по дисциплине (модулю)	8

5.7 Курсовые работы

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

- 1 Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общ. ред. О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 301 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/EA68BCAC-C4CC-4B50-8A4E-B4CDF1858FB0
- 2 Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 384 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06976-1. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/5DD4C277-5F27-4AEE-9EA5-E25DE8F743E3.
- 3 Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/6FCD51FD-AEC4-442D-8049-8938B8168126.

б) дополнительная литература:

- 4 Поляков, В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 502 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00728-2. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-

D5AD21B3C08E.

- 5 Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для СПО / С. В. Карпова [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 367 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/392D9025-B690-4BDC-A2DC-C7C48D764C1E.
- 6 Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-9889-4. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/171432AE-9C56-4C0E-8587-ECAF9C24C50D.

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- 7 Журнал «Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.online-science.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 8 Журнал «Вопросы философии» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vphil.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 9 Журнал «Социологические исследования» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.isras.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 10 Административно-управленческий портал [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.aup.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 11 Aviation Explorer [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.aex.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

- 12 Федеральное агентство воздушного транспорта. Росавиация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.favt.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 13 Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:
- 14 Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 15 Консультант Плюс [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 16 Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 17 Научно-информационное пространство Соционет [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).
- 18 Федеральный образовательный портал ЭСМ [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>, свободный (дата обращения: 29.01.2018).

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Цифровые и интернет технологии в рекламе и связях с общественностью	Поточная аудитория 306	Мультимедийный проектор AcerX1261P Ноутбук ПК Asus, Экран Lumien Master picture 180*180 Доступ в сеть Интернет
	Лаборатория	- Адаптер архитектурный

	<p>медиа технологий и рекламы (аудитория №334)</p>	<p>настенный 1 шт</p> <ul style="list-style-type: none"> - Адаптер архитектурный настенный 1 шт. - Коммутатор ЛВС 16 портов DES-1016D D-link 1шт - Приемник клавиатуры и мыши GP270 Gyration 1 шт - Станция нелинейного монтажа NX-965DCL-HD NLE Workstation 1 шт. - Сервер управления P4 3.0GHz/512Mb/ 1 шт - Сервер презентационный P4 3.0GHz/1024Mb 1 шт - Усилитель дистрибутивный S-video сигнала PT102S Kramer 2 шт - Кодек системы ВКС VSX 7000S Polycom 1 шт - Рекордер DVD/HDDDR-MH300SE JVC 1 шт - Коммутатор KVM CS-914 Aten 1 шт - Коммутатор матричный S-Video 8x8 VS-808YC Kramer 1 шт - Коммутатор матричный аудиосигналов 16 x 16 VS-1616A Kramer 1 шт - Монитор 19" 193WM NEC 5 шт - Клавиатура проводная PS/2 KB06XE Genius 1 шт - Мышь оптическая проводная PS/2 NetScroll PS/2 Genius 1 шт - Джойстик беспроводный Freedom Logitech 1 шт - Преобразователь-скейлер VP-719x1 Kramer 1 шт - Преобразователь-скейлер VP-413 Kramer 2 шт
--	--------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<ul style="list-style-type: none"> - Преобразователь-скейлер VP-720x1 Kramer 1 шт - Предусилитель управляе- мый VA-8x1 Kramer 1 шт - Микшерный пульт 19 " Pro RX-1602 Behringer 1 шт - Мониторы оператора ак- тивные MS-40 Behringer 1 шт - Коммутатор матричный VGA 8x8 VP-88ETH Kramer 1 шт - Эквалай- зер/подавитель/лимитер iEQ-15EU DBX 1 шт - Приемник VGA по UTP TP-120 Kramer 7 шт - Приемник VGA + Audio по UTP TP-122 Kramer 1 шт - Усилитель мощности зву- кового сигнала Servo 300 Samson 1 шт - Передатчик VGA по UTP PT-110 Kramer 4 шт - Передатчик VGA по UTP TP-104 Kramer 2 шт - База радиомикрофона EW-122 G2-D Sennheizer 1 шт - Видеокамера управляемая EVI-D70P Sony 2 шт - Коммутатор UTP 8X1 VS-81ETH Kramer 1 шт - Проектор мультимедий- ный PT-D5600EL Panasonic 1 шт - Передатчик VGA + Audio по UTP TP-121 Kramer 6 шт - Люк-адаптер напольный 893 03 Legrand 2 шт
--	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<ul style="list-style-type: none"> - Адаптер архитектурный T-Bus Kramer 5 шт. - Монитор сенсорный ELO 15" ELO 1 шт - Планшет интерактивный Symposium 350 SMART Technologies 1 шт - Документ-камера PS 550 Lumens 1 шт - Гиromышь GP270 Gyra- tion 1 шт - Клавиатура беспроводная GP270 Gyration 1 шт - Система акустическая по- толочная Sanway CS 2410R Swing 16 шт - Пульт переводчика DCN- IDESK Bosch 1 шт - Микрофон отсоединяемый длинный DCN-MICL Bosch 31 шт. - Модуль аудиоинтерфейса сдвоенный DCN-DDI Bosch 1 шт - Кнопка включения микро- фона DCN-FMICB Bosch 1 шт - Панель контрольная под- ключения микрофона DCN-FMIC Bosch 2 шт - Панель громкоговорителя DCN-FLSP Bosch 1 шт - Центральный контрольный модуль DCN-CCU Bosch 1 шт - Пульт делегата DCN- DISDCS Bosch-28 шт - Люк-адаптер напольный 893 01 Legrand-5 шт - Разветвитель магистрали LBB4114/00 Bosch 1 шт - Разветвитель магистрали защищенный LBB4115/00 Bosch 1 шт - Контроллер периферийный релейный Adam 4068 Advantech 2 шт
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<ul style="list-style-type: none"> - Преобразователь RS-232/RS-485 Adam 4520 Advantech 2 шт - Блок питания PWR-243 Advantech 1 шт - Контроллер питания видеопроектора 1 шт - Источник бесперебойного питания Evolution 2000RT2U MGE 2 шт - Блок питания видеокамеры Sony 2 шт - Преобразователь RS-485/RS-232 Adam 4521 Advantech 3 шт - Передатчик - экстендер USB 2 шт - Приемник - экстендер USB 2 шт - Фильтр сетевой на 6 розеток 5 шт - Блок розеток 19" шкафа монтажного Conteg 3 шт - Контроллер ИК Jamo 1 шт - Излучатель ИК Jamo 1 шт - Блок питания VA-100P Kramer 1 шт - Объектив широкоугольный для проектора DLE050 Panasonic 1 шт - Консоль для проектора 1 шт - Экран просветный Visio S2 134" 1 шт - Устройство вставки изображений и квадратор на 4 входа PIP-4 Kramer 1 шт Устройство записи и трансляции Lecture Recoder x2 Eriphan 1 шт
--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

8 Образовательные и информационные технологии

Дисциплина «Цифровые и интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» предполагает использование следующих образовательных технологий: входной контроль, лекции, практические занятия и самостоятельная работа студента.

Входной контроль проводится преподавателем в начале изучения дисциплины с целью коррекции процесса усвоения студентами дидактических единиц. Он осуществляется по вопросам дисциплин: «Основы интегрированных коммуникаций», «Компьютерные технологии и информатика». на которых базируется дисциплина «Цифровые и интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью».

Традиционная лекция составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. Лекция предназначена для раскрытия состояния и перспектив дисциплины «Цифровые и интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» в современных условиях. На лекции концентрируется внимание обучающихся на наиболее сложных вопросах, стимулируется познавательная деятельность студентов.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, который сопровождается одновременной демонстрацией слайдов, созданных в программе PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы и дополнительные журналы по дисциплине.

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом по отдельным группам. Цель практических занятий (семинаров) – закрепить теоретические знания, полученные обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы, а также приобрести начальные практические навыки дисциплины «Цифровые и интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью».

Самостоятельная работа студента (обучающегося) является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирование навыка са-

мостоятельного приобретения знаний по некоторым не особо сложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий и подготовка ответов на вопросы.

В рамках изучения дисциплины «Цифровые и интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» предполагается использовать в качестве информационных технологий среду MS Office: Word 2007, Excel 2007, PowerPoint 2007.

9 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (модуля)

Фонд оценочных средств дисциплины «Цифровые и интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» представляет собой комплекс методических и контрольных измерительных материалов, предназначенных для определения качества результатов обучения и уровня сформированности компетенций обучающихся в ходе освоения данной дисциплины. В свою очередь, задачами использования фонда оценочных средств являются осуществление как текущего контроля успеваемости студентов, так и промежуточной аттестации в форме зачета с оценкой. Фонд оценочных средств дисциплины «Цифровые и интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» включает: устные опросы и доклады

Устный опрос проводится на практических занятиях в течение не более 10 минут с целью контроля усвоения теоретического материала, излагаемого на лекции. Перечень вопросов определяется уровнем подготовки учебной группы, а также индивидуальными особенностями обучающихся.

Доклад – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов реше-

ния определенной, учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в виде зачета с оценкой в 4 семестре.

Зачет с оценкой позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Зачет с оценкой предполагает ответ на теоретические вопросы из перечня вопросов, вынесенных на зачет. К моменту сдачи зачета с оценкой должны быть успешно пройдены предыдущие формы контроля.

9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

4 семестр

Раздел (тема) / Вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов (из общего расчета 100 баллов на дисциплину)		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Прим.
	миним. (порог.зн.)	максим. (порог.зн.)		
Лекция № 1	1	1	1	
Практическое занятие № 1	1	3	1	
Лекция № 2	1	1	2	
Практическое занятие № 2	2	3	2	
Лекция № 3	1	1	3	
Практическое занятие № 3	1	3	3	
Лекция № 4	1	1	4	
Практическое занятие № 4	1	3	4	

Раздел (тема) / Вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов (из общего расчета 100 баллов на дисциплину)		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Прим.
	миним. (порог.зн.)	максим. (порог.зн.)		
Лекция № 5	1	1	5	
Практическое занятие № 5	2	3	5	
Лекция № 6	1	1	6	
Практическое занятие № 6	2	3	6	
Лекция № 7	1	1	7	
Практическое занятие № 7	1	3	7	
Лекция № 8	1	1	8	
Практическое занятие № 8	1	3	8	
Лекция № 9	1	1	9	
Практическое занятие № 9	3	4	9	
Лекция № 10	1	1	10	
Практическое занятие № 10	2	3	10	
Лекция № 11	1	1	11	
Практическое занятие № 11	2	4	11	
Лекция № 12	1	1	12	
Практическое занятие № 12	3	4	12	
Лекция № 13	1	1	13	
Практическое занятие № 13	2	4	13	
Лекция № 14	1	1	14	
Практическое занятие № 14	3	3	14	
Лекция № 15	1	1	15	

Раздел (тема) / Вид учебных занятий (оценочных заданий), позволяющих студенту продемонстрировать достигнутый уровень сформированности компетенций	Количество баллов (из общего расчета 100 баллов на дисциплину)		Срок контроля (порядковый номер недели с начала семестра)	Прим.
	миним. (порог.зн.)	максим. (порог.зн.)		
Практическое занятие № 15	2	4	15	
Лекция № 16	1	1	16	
Практическое занятие № 16	1	4	16	
Итого по обязательным видам занятий	45	70		
Зачет с оценкой	15	30		
Итого по дисциплине (модулю)	60	100		
Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку по 5-ти балльной «академической» шкале				
Количество баллов по БРС	Оценка (по 5-ти балльной «академической» шкале)			
90 и более	5 – «отлично»			
70÷89	4 – «хорошо»			
60÷69	3 – «удовлетворительно»			
менее 60	– «неудовлетворительно»			

9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В процессе преподавания дисциплины «Цифровые и интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» для текущей аттестации обучающихся используются следующие формы:

- заслушивание и оценка докладов и выступлений по вопросам тем практических занятий;
- устные опросы в начале каждой лекции.

По итогам освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета с оценкой.

Основными документами, регламентирующими порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся в ГУГА являются: Устав СПбГУ ГА, учебная программа по соответствующему направлению подготовки бакалавров, Положение о балльно-рейтинговой системе оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса в ГУГА.

На первом занятии преподаватель доводит до сведения обучающихся график текущего контроля освоения дисциплины и критерии оценки знаний при текущем контроле успеваемости, а также сроки и условия промежуточной итоговой аттестации.

Реализацию непрерывного контроля знаний согласно графику преподаватель осуществляет за счет часов, предусмотренных нормами времени на проверку различного рода письменных работ, проведение консультаций и пр.

Показателями, характеризующими текущую учебную работу студентов, являются:

- активность посещения занятий и работы на занятиях;
- выступление с докладами;
- оценка ответов на устные опросы.

Сроки промежуточной аттестации определяются графиком учебного процесса. По дисциплине «Цифровые и интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью» предусмотрен зачет с оценкой. Для допуска к нему необходимо предоставить все письменные работы, выполняемые в течение семестра.

9.3 Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине (модулю)

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам (модулям)

Основы интегрированных коммуникаций

- 1 Понятие интегрированных маркетинговых коммуникаций.
- 2 Социальные технологии как результат технологизации современного общества.
- 3 PR-технологии: сущность и особенности.
- 4 Каналы рекламной коммуникации.
- 5 Виды Интернет-рекламы.

Компьютерные технологии и информатика

- 1 Классификация рекламных средств. Реклама как элемент комплекса продвижения товара.
- 2 Виды рекламной деятельности.
- 3 Фирменный стиль. Основные определения.
- 4 Сувенирная продукция как элемент фирменного стиля. Виды сувенирной продукции.
- 5 Рекламная листовка. Область применения, этапы разработки, основные форматы, требования к оригинал-макетам.

9.5 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)
ОПК-6: Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом ос-	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – специфику осуществления деятельности в области рекламы и связей с общественностью на основе информационной и библиографической культуры с использованием цифровых и интернет-технологий; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – решать стандартные задачи профессио- 	<p>Базовый уровень:</p> <p>Имеет представление об основных видах цифровых и интернет-технологий</p> <p>Имеет представление о применении интернет-технологий в работе PR-специалиста</p> <p>Имеет представление об особенностях выполнения аналитической и организационной работы при подготовке интернет-проектов</p>	<p>Умеет оперировать профессиональными понятиями и категориями</p> <p>Осознание важности применения цифровых и интернет-технологий в работе специалиста по рекламе и связям с общественностью</p>

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)
<p>новных требований информационной безопасности</p>	<p>нальной деятельности на основе информационной и библиографической культуры цифровой и интернет-среде; Владеть: – навыками выполнения аналитической и организационной работы при подготовке интернет-проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>	<p>Профессиональный уровень: Имеет устойчивые знания по изучаемой дисциплине Способен анализировать особенности и виды цифровых и интернет-технологий, применяемых в работе PR-специалиста Обладает навыками решения стандартных профессиональных задач при работе в интернет-среде; обладает навыками аналитической и организационной работы при подготовке интернет-проектов в сфере рекламы и</p>	<p>Высокий уровень владения профессиональной терминологией, понятийно-категориальным аппаратом Логически последовательное, взаимосвязанное и правильное структурированное изложение обучающимся учебного материала Умение устанавливать и проследивать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь</p>

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)
		связей с общественностью.	
ПК-8: способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности использования современных цифровых и интернет-технологий в области подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – планировать и организовывать коммуникаци- 	<p>Базовый уровень:</p> <p>Имеет представление об особенностях использования цифровых и интернет-технологий в рамках проведения коммуникационной и рекламной кампании</p> <p>Имеет представление о создании отдельных видов рекламного продукта с использованием интернет-ресурсов.</p>	<p>Умеет анализировать каналы интернет-продвижения</p> <p>Умеет осуществлять выбор каналов интернет-продвижения</p> <p>Умеет выделять отдельные элементы корпоративного имиджа, созданные при помощи интернет-ресурсов</p>

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)
современных средств рекламы	онную и рекламную кампанию в интернете с использованием различных технологий в рамках традиционных и современных средств; Владеть: – навыками подготовки к выпуску, производству и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рам-	Профессиональный уровень: Способен грамотно анализировать особенности использования различных видов интернет-рекламы Способен критически оценивать особенности применения различных видов интернет-продвижения в рамках рекламной или коммуникационной кампании Владеет навыками создания рекламного продукта в digital-сфере	Высокий уровень владения методологией комплексного анализа применения различных каналов интернет-продвижения Умение охарактеризовать описываемые явления в динамике, с указанием на взаимосвязи, взаимозависимость и взаимовлияние

Формулировка осваиваемой части компетенции	Этапы формирования компетенции	Показатели (на что направлена (в чем выражается) определенная способность)	Критерии (как (чем) оценивается способность)
	ках использования цифровых и интернет-технологий.		

Характеристики шкалы оценивания приведены ниже.

1. Максимальное количество баллов за зачет с оценкой – 30. Минимальное (зачетное) количество баллов («зачет с оценкой сдан») – 15 баллов.

2. При наборе менее 15 баллов – зачет с оценкой не сдан по причине недостаточного уровня знаний.

3. Зачетная оценка выставляется как сумма набранных баллов за ответы на вопросы билета и за решение задачи.

4. Ответы на вопросы билета оцениваются следующим образом:

– 1 балл: отсутствие продемонстрированных знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта (нет ответа на вопрос) или отказ от ответа;

– 2 балла: нет удовлетворительного ответа на вопрос, демонстрация фрагментарных знаний в рамках образовательного стандарта, незнание лекционного материала;

– 3 балла: нет удовлетворительного ответа на вопрос, много наводящих вопросов, отсутствие ответов по основным положениям вопроса, незнание лекционного материала;

– 4 балла: ответ удовлетворительный, оценивается как минимально необходимые знания по вопросу, при этом студентом продемонстрировано хотя бы минимальное знание всех разделов вопроса в пределах лекционного мате-

риала. При этом студентом демонстрируется достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта;

– *5 баллов*: ответ удовлетворительный, достаточные знания в объеме учебной программы, ориентированные на воспроизведение; использование научной (технической) терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;

– *6 баллов*: ответ удовлетворительный, студент достаточно ориентируется в основных аспектах вопроса, демонстрирует полные и систематизированные знания в объеме учебной программы;

– *7 баллов*: ответ хороший (достаточное знание материала), но требовались наводящие вопросы, студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;

– *8 баллов*: ответ хороший, ответом достаточно охвачены все разделы вопроса, единичные наводящие вопросы; студент демонстрирует способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы;

– *9 баллов*: систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы; студент демонстрирует способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы;

– *10 баллов*: ответ на вопрос полный, не было необходимости в дополнительных (наводящих вопросах); студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы.

9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам обучения по дисциплине (модулю)

Примерный перечень контрольных вопросов и задания для проведения текущего контроля успеваемости по лекционным темам

Тема 1. Информационная работа специалиста по рекламе и связям с общественностью в условиях современного общества

Вопросы

- 1 Роль информации в развитии современного информационного общества.
- 2 Требования к информационной безопасности в интернет-среде.
- 3 Понятие экономики «потребления информации» и «привлечения внимания».

Доклады

- 1 Основные этапы развития Интернета в мире.
- 2 Основные этапы развития Интернета в России.
- 3 Принципы виртуализации общества.

Тема 2. Особенности работы в рамках дигитализации рекламной и PR-деятельности

Вопросы

- 1 Роль информации в развитии современного информационного общества.
- 2 Требования к информационной безопасности в интернет-среде.
- 3 Понятие экономики «потребления информации» и «привлечения внимания».

Доклады

- 1 Основные этапы развития Интернета в мире.
- 2 Основные этапы развития Интернета в России.
- 3 Принципы виртуализации общества.

Тема 3. Каналы электронной коммуникации

Вопросы

- 1 Устная, документная и электронная коммуникация.

2 Функции электронной коммуникации.

3 Понятие «глобальной деревни».

Доклады

1 М. Маклюэн об электронной коммуникации и коммуникационной революции.

2 Каналы электронной коммуникации в интернете: понятие и виды.

3 Этапы становления электронной коммуникации.

Тема 4. Сферы деятельности специалиста по связям с общественностью в Интернете

Вопросы

1 Интернет-брендинг.

2 Интернет-консалтинг.

3 Специфика разработки и ведения интернет-проектов.

Доклады

1 Основные статистические данные о рынке PR-услуг в Интернете.

2 Концепция «электронной нервной системы».

3 Интернет-брендинг.

Тема 5. Сайт как базовая технология PR-деятельности в Интернете

Вопросы

1 Цели сайта.

2 Классификация сайтов.

3 Структура сайта: обязательные и дополнительные разделы.

Доклады

1 Этапы создания и поддержания сайта.

2 Содержание и назначение рейтингов и счетчиков. Виды рейтингов и счетчиков.

3 Методы оптимизации сайта. «Белые», «чёрные» и «серые» методы.

Тема 6. Социальные сети как PR-технология

Вопросы

- 1 Функциональные характеристики социальных сетей.
- 2 Принципы и механизм работы социальной сети.
- 3 Бренды в социальных сетях.

Доклады

- 1 Сущность и основные характеристики социальных сетей.
- 2 PR-методология целевой аудитории социальных сетей.
- 3 Принципы SMM-продвижения.

Тема 7. Организация работы PR-специалиста в интернет-пространстве

Вопросы

- 1 Взаимосвязь интернет - технологий и целей создания виртуального офиса.
- 2 Методы распределения ответственности исполнителей.
- 3 Офисное программное обеспечение для мобильных устройств.

Доклады

- 1 Разработка проекта сайта.
- 2 Использование сетевых ресурсов в крупных коммуникационных проектах.
- 3 Управление взаимоотношениями с потребителями в Интернете.

Примерный перечень вопросов к зачету с оценкой для проведения промежуточного контроля по дисциплине

- 1 Основные характеристики деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в digital-сфере.
- 2 Анализ основных характеристик аудитории российского сегмента сети интернет.

- 3 Устная, документная и электронная коммуникация.
- 4 Функции электронной коммуникации.
- 5 М. Маклюэн об электронной коммуникации и коммуникационной революции.
- 6 Каналы электронной коммуникации в интернете: понятие и виды.
- 7 Этапы создания и поддержания сайта.
- 8 Проблемы и тенденции развития Интернета в России и в мире.
- 9 Структура сайта. Классификация сайтов.
- 10 Методы оптимизации сайта.
- 11 Понятие поисковой системы. Принципы поиска поисковых систем.
- 12 Содержание и назначение рейтингов и счетчиков. Виды рейтингов и счетчиков.
- 13 Содержание и сущность E-mail marketing.
- 14 Виды E-mail marketing и их характеристика.
- 15 Эффективность технологии E-mail marketing.
- 16 Использование сетевых ресурсов в крупных коммуникационных проектах.
- 17 Социальные сети: понятие и типовая структура.
- 18 Особенности работы PR-специалиста в социальных сетях.
- 19 Виды SMM-технологий.
- 20 Коммуникативные характеристики социальных сетей.
- 21 Методы первоначального привлечения посетителей на web-сайт.
- 22 Общественное мнение в Интернете: особенности функционирования и развития.
- 23 Каналы коммуникации с целевыми аудиториями.
- 24 Применение компьютерных и информационных технологий в связях с общественностью.
- 25 Методы обеспечения безопасности в сети Интернет.
- 26 Понятие и виды электронной коммерции.
- 27 Функции и возможности виртуального офиса.

- 28 Формирование ценовой политики. Интернет-аукционы.
- 29 Структура управления взаимоотношениями с целевыми аудиториями в Интернете.
- 30 Принципы построения сети Интернет.
- 31 Коммуникативная политика в Интернете.
- 32 Сайт как основа системы коммуникаций в Интернете.
- 33 Классификация сайтов.
- 34 Интернет-магазины: виды и формы.
- 35 Создание логотипа для сайта.
- 36 Разработка проекта сайта.

10 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к изучению дисциплины, обучающемуся необходимо внимательно ознакомиться с тематическим планом занятий и списком рекомендованной литературы. Также ему следует уяснить, что уровень и глубина усвоения дисциплины зависят от активной и систематической работы на лекциях и практических занятиях. Также в этом процессе важное значение имеет самостоятельная работа, направленная на вовлечение обучающегося в самостоятельную познавательную деятельность и формирование у него методов организации такой деятельности с целью формирования самостоятельности мышления, способностей к профессиональному саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации в современных условиях .

Основными видами аудиторной работы студентов являются лекции и практические занятия. В ходе лекции преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия, а также соответствующие теоретические и практические проблемы, дает задания и рекомендации для практических занятий, а также указания по выполнению обучающимся самостоятельной работы.

Задачами лекций являются:

- ознакомление обучающихся с целями, задачами и структурой дисциплины, ее местом в системе наук и связями с другими дисциплинами;
- краткое, но по существу, изложение комплекса основных научных понятий, подходов, методов, принципов данной дисциплины;
- краткое изложение наиболее существенных положений, раскрытие особенно сложных, актуальных вопросов, освещение дискуссионных проблем;
- определение перспективных направлений дальнейшего развития научного знания в данной области.

Темы лекций и рассматриваемые в ходе их вопросы приведены в п. 5.3.

Значимым фактором полноценной и плодотворной работы обучающегося на лекции является культура ведения конспекта. Принципиально неверным, но получившим в наше время достаточно широкое распространение, является отношение к лекции как к «диктанту», который обучающийся может аккуратно и дословно записать. Слушая лекцию, необходимо научиться выделять и фиксировать ее ключевые моменты, записывая их более четко и выделяя каким-либо способом из общего текста.

Полезно применять какую-либо удобную систему сокращений и условных обозначений. Применение такой системы поможет значительно ускорить процесс записи лекции. Конспект лекции предпочтительно писать в одной тетради, а не на отдельных листках, которые потом могут затеряться. Рекомендуется в конспекте лекций оставлять свободные места, или поля, например, для того, чтобы была возможность записи необходимой информации при работе над материалами лекций.

При ведении конспекта лекции необходимо четко фиксировать рубрику материала – разграничение разделов, тем, вопросов, параграфов и т. п.

Обязательно следует делать специальные пометки, например, в случаях, когда какое-либо определение, положение, вывод остались неясными, сомнительными. Иногда обучающийся не успевает записать важную информацию в конспект. Тогда необходимо сделать соответствующие пометки в тексте, чтобы не забыть, восполнить эту информацию в дальнейшем.

Качественно сделанный конспект лекций поможет обучающемуся в процессе самостоятельной работы и при подготовке к промежуточной аттестации.

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с п. 5.4 по отдельным группам. Цели практических занятий: закрепить теоретические знания, полученные студентом на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы.

Темы практических занятий заранее сообщаются обучающимся для того, чтобы они имели возможность подготовиться и проработать соответствующие теоретические вопросы дисциплины. В начале каждого практического занятия преподаватель:

- кратко доводит до обучающихся цели и задачи занятия, обращая их внимание на наиболее сложные вопросы по изучаемой теме;

- проводит устный опрос обучающихся, в ходе которого также обсуждаются дискуссионные вопросы.

На практических занятиях обучающиеся представляют самостоятельно подготовленные доклады, в том числе в виде презентаций, которые выполнены в MS PowerPoint, конспектируют новую информацию и обсуждают эти доклады. Преподаватель в этом процессе может выступать в роли консультанта или модератора.

По итогам лекций и практических занятий преподаватель выставляет в журнал полученные обучающимся баллы, согласно п. 9.1 и п. 9.2. Отсутствие студента на занятиях или его неактивное участие в них может быть компенсировано самостоятельным выполнением дополнительных заданий и представлением их на проверку преподавателю в установленные им сроки.

В современных условиях перед студентом стоит важная задача – научиться работать с массивами информации. Обучающимся необходимо развивать в себе способность и потребность использовать доступные информационные возможности и ресурсы для поиска нового знания и его распространения. Обучающимся необходимо научиться управлять своей исследовательской и познавательной деятельностью в системе «информация – знание – информация».

Прежде всего, для достижения этой цели, в вузе организуется самостоятельная работа обучающихся. Кроме того, современное обучение предполагает, что существенную часть времени в освоении учебной дисциплины обучающийся проводит самостоятельно. Принято считать, что такой метод обучения должен способствовать творческому овладению обучающимися специальными знаниями и навыками.

Самостоятельная работа обучающегося весьма многообразна и содержательна. Она включает следующие виды занятий (п. 5.6):

–самостоятельный поиск, анализ информации и проработка учебного материала;

–подготовку к устному опросу (перечень типовых вопросов для текущего контроля в п. 9.6);

–подготовку докладов

- подготовку к письменной аудиторной работе

Систематичность занятий предполагает равномерное, в соответствии с пп. 5.2, 5.4 и 5.6, распределение объема работы в течение всего предусмотренного учебным планом срока овладения дисциплиной. Такой подход позволяет избежать дефицита времени, перегрузок, спешки и т. п. в завершающий период изучения дисциплины. Последовательность работы означает преемственность и логику в овладении знаниями по дисциплине. Данный принцип изначально заложен в учебном плане при определении очередности изучения дисциплин. Аналогичный подход применяется при определении последовательности в изучении тем дисциплины. Завершающим этапом самостоятельной работы является подготовка к промежуточной аттестация по итогам освоения дисциплины, предполагающая интеграцию и систематизацию всех полученных при изучении учебной дисциплины знаний.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины позволяет определить уровень освоения обучающимся компетенций (п. 9.5) за период изучения данной дисциплины. Промежуточная аттестация по итогам освоения

дисциплины предполагает ответы на 3 теоретических вопроса из перечня вопросов, вынесенных на аттестацию.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 1 «Философии и социальных коммуникаций» «30» января 2018 года, протокол № 6 .

Разработчики:

Старший преподаватель



Мисонжникова М.Б.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчиков программы)

Заведующий кафедрой № 1 "Философии и социальных коммуникаций":

к.ф.н., доцент



Майор М. Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)

Программа согласована:

Руководитель ОПОП

к.ф.н., доцент



Майор М. Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета «14» февраля 2018 года, протокол № 5.