



ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ
ИМЕНИ ГЛАВНОГО МАРШАЛА АВИАЦИИ А.А. НОВИКОВА»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

Ю.Ю. Михальчевский

« 22 » 2024 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Информационные технологии и базы данных в прикладных
коммуникациях**

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

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

Квалификация выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Санкт-Петербург
2024

1. Цели освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» является формирование у обучающихся целостной системы профессиональных компетенций в области применения цифровых технологий для решения практических задач в авиационной отрасли, обеспечивающей способность анализировать рыночные потребности, эффективно использовать специализированное программное обеспечение и сетевые ресурсы, а также разрабатывать и реализовывать стратегии цифрового продвижения авиауслуг.

Для достижения поставленных целей решаются следующие задачи:

- подготовка обучающихся к профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в сфере воздушного транспорта;
- усвоение обучающимися методологических основ информационной и аналитической деятельности в управлении авиапредприятием;
- освоение информационных технологий для обеспечения профессиональной (специальной) деятельности в авиационной инфраструктуре;
- формирование умений проведения информационно-поисковой работы в базах данных и компьютерных сетях авиационной инфраструктуры;
- приобретение практических навыков использования средств вычислительной техники и прикладного программного обеспечения для работы с текстовой, числовой, графической информацией, с источниками информации, базами данных;
- освоение принципов информационной безопасности в сфере воздушного транспорта.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» представляет собой дисциплину, относящуюся к обязательной части Блока 1 Дисциплины. Дисциплина «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» базируется на дисциплинах «Социология» и «Введение в коммуникационные специальности».

Дисциплина является обеспечивающей для дисциплин: «Ресурсное обеспечение авиабизнеса», «Теория и практика рекламы», «Учебная (профессионально-ознакомительная) практика», «Производственная (профессионально-творческая) практика», «Производственная (преддипломная) практика», «Интегрированные коммуникации и брендинг», «Цифровые коммуникации», «Основы информационно-аналитической работы», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «Методы оценки эффективности рекламы и связей с общественностью», «Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы». Дисциплина изучается во 2 и 3 семестрах.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции	Результат обучения: наименование компетенции; индикаторы компетенции
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.
ИД ¹ _{ОПК-4}	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.
ИД ¹ _{ОПК-4}	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.
ИД ¹ _{ОПК-6}	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.
ИД ² _{ОПК-6}	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ПК-3	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.
ИД ¹ _{ПК-3}	Отбирает для осуществления авторской деятельности необходимые инструменты, соотнося их с контекстом отечественного и мирового опыта.
ИД ² _{ПК-3}	Применяет актуальные подходы для создания оригинального авторского продукта и его продвижения через разные медиаканалы.

Планируемые результаты изучения дисциплины

Знать:

- общественные потребности в рамках своей профессиональной деятельности;
- принципы работы современных информационных технологий в авиации;
- специфику разных типов СМИ и других медиа в контексте мирового и отечественного опыта в авиабизнесе.

Уметь:

- соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп авиабизнеса;
- отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение в авиаотрасли;
- отбирать для осуществления авторской деятельности необходимые инструменты, соотнося их с контекстом отечественного и мирового опыта.

Владеть:

- методами анализа рыночной конъюнктуры и потребностей клиентов в

авиационной отрасли;

- навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов авиарынка;
- технологиями продвижения авиационных услуг с учетом специфики различных медиаканалов.

4. Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов.

Наименование	Всего часов	Семестры	
		2	3
Общая трудоёмкость дисциплины	216	108	108
Контактная работа, всего:	83	38,5	44,5
лекции	32	18	14
практические занятия	46	18	28
семинары	-	-	-
лабораторные работы	-	-	-
курсовой проект (работа)	-	-	-
Самостоятельная работа студента	66	36	30
Промежуточная аттестация	72	36	36
контактная работа	5	2,5	2,5
самостоятельная работа по подготовке к экзамену	67	33,5	33,5

5. Содержание дисциплины

5.1. Соотнесение тем (разделов) дисциплины (модуля) и формируемых компетенций

Темы дисциплины	Кол. часов	Компетенции			Образоват. технологии	Оценочн. средства
		ОПК-4	ОПК-6	ПК-3		
2 семестр						
Тема 1. Цифровое общество и компьютерная грамотность в авиации	16	+	+	+	ВК, Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 2. Компьютерные (информационные) технологии в управлении авиапредприятием	40	-	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, СЗ
Тема 3. Сетевые технологии и Интернет в авиационной	16	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, СЗ

инфраструктуре						
Итого за 2 семестр:	72					
3 семестр						
Тема 4. Цифровая (информационная) безопасность в авиакомпании	12	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, Д
Тема 5. Цифровые методы анализа пассажиропотока	20	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, СЗ
Тема 6. Цифровые технологии в авиамаркетинге	40	+	+	+	Л, ПЗ, СРС	У, СЗ
Итого за 3 семестр:	72					
Итого по дисциплине:	144					
Промежуточная аттестация	72					
Всего по дисциплине:	216					

Сокращения: Л – лекция, ПЗ – практические занятия, СРС – самостоятельная работа студента, ВК – входной контроль, У – устный опрос, Д – доклад, СЗ – ситуационная задача.

5.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

Наименование темы (раздела) дисциплины (модуля)	Л	С	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
2 семестр							
Тема 1. Цифровое общество и компьютерная грамотность в авиации	4	-	4	-	8	-	16
Тема 2. Компьютерные (информационные) технологии в управлении авиапредприятием	10	-	10	-	20	-	40
Тема 3. Сетевые технологии и Интернет в авиационной инфраструктуре	4	-	4	-	8	-	16
Итого за 2 семестр:	18	-	18	-	36	-	72
3 семестр							
Тема 4. Цифровая (информационная) безопасность в авиакомпании	2	-	4	-	6	-	12
Тема 5. Цифровые методы анализа пассажиропотока	4	-	8	-	8	-	20
Тема 6. Цифровые технологии в авиамаркетинге	8	-	16	-	16	-	40
Итого за 3 семестр:	14	-	28	-	30	-	72
Итого за 2, 3 семестры:	32	-	46	-	66	-	144
Промежуточная аттестация +							

контактная работа							72
Итого по дисциплине:							216

5.3. Содержание дисциплины (модуля)

1. Цифровое общество и компьютерная грамотность в авиации.

Введение в дисциплину. Цифровое, информационное общество. Цифровая и компьютерная грамотность. Информация и информационные революции. Роль IT в удовлетворении общественных потребностей в авиаперевозках. Цифровая грамотность как важный жизненный навык. Цифровая грамотность и базовые компетенции личности. Компоненты цифровой грамотности. Индекс цифровой грамотности. Цифровая экономика. Цифровые технологии и цифровые услуги. Потребление цифровых услуг. Мобильное обучение. Социальные медиа. Учебные платформы и их использование в образовании.

2. Компьютерные (информационные) технологии в управлении авиапредприятием.

Роль цифровых технологий в современном мире. Основные компоненты компьютерных технологий: аппаратные средства, программное обеспечение. Специализированное ПО для авиабизнеса. Их типология и использование в деятельности медиапредприятий. Компьютерные программные средства и онлайн-сервисы для работы с информацией (текстовой, графической, табличной). Базовые текстовые технологии. Работа с табличными данными. Электронные таблицы. Базы данных. Графика, визуализация, инфографика. Подготовка презентаций. Облачные сервисы для совместной работы. Возможности, функционал. Облачные хранилища. Совместная работа с документами.

3. Сетевые технологии и Интернет в авиационной инфраструктуре.

Основные принципы функционирования глобальных компьютерных сетей. Развитие и принципы организации глобальной сети Интернет: структура, средства передачи данных, система адресации. Сервисы Интернет. Особенности рекламной коммуникации в Интернет. Поиск информации в интернете и её проверка на достоверность (работа с поисковыми системами и новостными сервисами; фейки и т.п.). ChatGPT-подобные нейросети как поисковой инструмент. Социальные сети и мессенджеры. Основные направления использования интернет-технологий в маркетинге и маркетинговых исследованиях. Особенности функционирования электронных СМИ. Мониторинг Интернет СМИ. Использование технологии «умного цифрового аэропорта».

4. Цифровая (информационная) безопасность в авиакомпаниях.

Понятие цифровой безопасности в авиации. Информационная безопасность компьютеров и информационных систем в авиакомпаниях.

Виды угроз: вирусы, фишинг, уязвимость устройств. Защита от вирусов. Пароли. Надежность и правила предосторожности. Спам и навязчивая реклама. Защита критической инфраструктуры и персональных данных авиаперевозчиков.

5. Цифровые методы анализа пассажиропотока.

Развитие точных методов анализа пассажиропотока. Data-driven принятие решений в авиабизнесе. Сезонные тенденции и факторы влияния на пассажиропоток. Стратегии ценообразования на авиауслуги. Стандарты сохранения культурного наследия в цифровой форме. Геоинформационный анализ и картографические проекты. Вики-технология. Теория сетей (графов).

6. Цифровые технологии в авиамаркетинге.

Продвижение авиауслуг в цифровой среде. Создание digital-стратегии для нового авиамаршрута. Портреты целевых аудиторий для нового направления. Составление контент-плана для социальных сетей с помощью цифровых технологий в авиамаркетинге. Контекстная рекламы с расчетом бюджета. Показатели KPI для оценки эффективности рекламных и PR кампаний. Программное обеспечение для медиаисследований и медиапланирования. Agile-методология управления проектами. Роль фирменного стиля в создании и укреплении имиджа авиакомпаний, аэропортов. Разработка визитки, фирменного бланка, логотипа. Веб-сайт – основное рекламное звено в сети Интернет. Этапы проектирования веб-сайта. Структура страницы веб-сайта. Место вебсайта в системе корпоративной идентификации авиапредприятий. Основы юзабилити вебсайтов. Обработка результатов исследований с использованием современных статистических программ. Медиаскоп. Организация рекламных кампаний в Интернете. Основные рекламные форматы в имиджевой, продуктовой и торговой рекламных кампаниях в авиабизнесе. Рекламные площадки в Интернете. Места размещения рекламных сообщений. Виды и способы проведения PR-мероприятий в сети Интернет. Рейтинги. Управление имиджем и репутацией в сети Интернет. Продвижение бренда, товаров и услуг в Интернет. Продвижение веб-проекта в социальных сетях. SMO и SMM-продвижение. Возможности блогов и социальных сетей для авиабизнеса с помощью цифровых технологии в авиамаркетинге.

5.4. Практические занятия (семинары)

Номер темы дисциплины (модуля)	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (часы)
2 семестр		
1	Практическое занятие 1. Цифровое общество в авиации.	2

1	Практическое занятие 2. Цифровая грамотность в авиации и базовые компетенции личности.	2
2	Практическое занятие 3. Работа с текстовой информацией.	2
2	Практическое занятие 4. Работа с электронными таблицами.	2
2	Практическое занятие 5. Работа с графической информацией.	2
2	Практическое занятие 6. Работа с облачными сервисами.	2
2	Практическое занятие 7. Создание презентаций.	2
3	Практическое занятие 8. Поиск информации в Интернет.	2
3	Практическое занятие 9. Социальные сети и мессенджеры авиакомпаний, аэропортов.	2
Итого за семестр:		18
3 семестр		
4	Практическое занятие 1. Информационная безопасность компьютеров и информационных систем в авиационной инфраструктуре.	2
4	Практическое занятие 2. Информационная безопасность личности в авиакомпании.	2
5	Практическое занятие 3. Цифровые методы анализа пассажиропотока.	2
5	Практическое занятие 4. Методы сбора и анализа данных в цифровом пространстве авиаперевозчиков.	2
5	Практическое занятие 5. Методы визуализации данных в цифровых технологиях в авиамаркетинге.	2
5	Практическое занятие 6. Геоинформационные системы.	2
6	Практическое занятие 7. Agile-методология управления проектами. Инструменты медиапланирования.	2
6	Практическое занятие 8. Проектирование элементов фирменного стиля в авиации.	2
6	Практическое занятие 9. Проектирование веб-сайта. Принципы ux/ui-дизайна.	2
6	Практическое занятие 10. Инструменты исследования целевой аудитории в авиационной инфраструктуре.	2
6	Практическое занятие 11. Медиаметрия.	2
6	Практическое занятие 12. Маркетинговые инструменты в сети Интернет.	2
6	Практическое занятие 13. Маркетинговые инструменты в социальных сетях.	2
6	Практическое занятие 14. Блог как инструмент продвижения.	2
Итого за 3 семестр:		28
Итого за 2 и 3 семестр:		46
Итого по дисциплине (модулю):		46

5.5. Лабораторный практикум

Лабораторный практикум учебным планом не предусмотрен.

5.6. Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины (модуля)	Виды самостоятельной работы	Трудоемкость (часы)
2 семестр		
1	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1], [2], [3], [5]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3. Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами.	8
2	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1], [2], [3], [7]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3. Подготовка к решению ситуационных задач.	20
3	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1], [2], [3], [6]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3. Подготовка к решению ситуационных задач.	8
Итого за 2 семестр:		36
3 семестр		
4	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [2], [4]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3. Подготовка к выступлениям на практических занятиях с докладами.	6
5	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [2], [7], [12], [13]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3. Подготовка к решению ситуационных задач.	8
6	1. Работа с основной и дополнительной литературой: [1], [2], [3] [6], [7]. 2. Составление развернутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3. Подготовка к решению ситуационных задач.	16
Итого за 3 семестр:		30
Итого по дисциплине (модулю):		66

5.7. Курсовые работы

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

а) основная литература:

1. Данилова, Н. И. Информационное обеспечение рекламы и связей с общественностью: учебное пособие / Н. И. Данилова. — Санкт-Петербург: ИЭО СПбУТУиЭ, 2012. — 154 с. — ISBN 978-5-94047-469-2. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/64026> (дата обращения: 24.03.2024).

2. Информатика для гуманитариев: учебник и практикум для вузов / Г. Е. Кедрова [и др.]; под редакцией Г. Е. Кедровой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 662 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16197-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536415> (дата обращения: 24.03.2024).

б) дополнительная литература:

3. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535941> (дата обращения: 24.03.2024).

4. Козырь, Н. С. Гуманитарные аспекты информационной безопасности: учебное пособие для вузов / Н. С. Козырь, Н. В. Седых. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 170 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17153-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544965> (дата обращения: 24.03.2024).

5. Основы цифровой экономики: учебник и практикум для вузов / М. Н. Конягина [и др.]; ответственный редактор М. Н. Конягина. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 235 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13476-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543732> (дата обращения: 24.03.2024).

6. Технология интернет-маркетинга: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544789> (дата обращения: 24.03.2024).

7. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика: учебник и практикум для вузов / А. Н. Лаврентьев [и др.]; под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 215 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16034-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530297> (дата обращения: 24.03.2024).

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

8. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 24.03.2024).

9. Сервис по оценке и развитию цифровых компетенций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://it-gramota.ru> (дата обращения: 24.03.2024).

10. Научная библиотека КиберЛенинка: – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 22.04.2023).

11. Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.ru» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://www.elibrary.ru/> (дата обращения: 22.04.2023).

12. Российская ассоциация цифровых гуманитарных наук: – Режим доступа: <http://dhrussia.ru> (дата обращения: 22.04.2023).

13. Изучаем Digital Humanities: – Режим доступа: <https://dhumanities.ru> (дата обращения: 22.04.2023).

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин, практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом образовательной программы	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях	Ауд. 306 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. • Комплект учебной мебели (24 места) • Мультимедийный проектор Mitsubishi • Ноутбук HP • Экран Projecta ProStar 183*240	196210, г. Санкт-Петербург, ул. Пилотов, дом 38, лит. А

	• Доступ в сеть Интернет Аудитория 801 «Компьютерный класс № 2» • Компьютерные столы - 16 шт., круглый стол – 2 шт., стулья - 28 шт.; • 28 персональных компьютеров, с доступом в сеть Интернет; • учебная доска; • экран для проектора. Аудитория 803 «Компьютерный класс № 3» • Компьютерные столы - 11 шт., стулья - 11 шт.; • 11 персональных компьютеров, с доступом в сеть Интернет; • учебная доска. Аудитория 804 «Компьютерный класс № 4» • Компьютерные столы - 10 шт., стулья - 10 шт.; • 10 персональных компьютеров, с доступом в сеть Интернет; • учебная доска.	
--	--	--

8. Образовательные и информационные технологии

Дисциплина «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» 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:

«Введение в коммуникационные специальности», «Социология».

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 «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» 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 «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях».

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

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

Фонд оценочных средств дисциплины «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» 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 экзамена. Фонд оценочных средств «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» включает: устные опросы, подготовку докладов и решение ситуационных задач.

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.

Обсуждение докладов обучающихся проходит в рамках практических занятий по темам дисциплины. Преподаватель, как правило, выступает в роли консультанта при заслушивании докладов, осуществляет контроль полученных обучающимися результатов. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к простому воспроизведению текста. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. При этом обучающийся может обращаться к своим записям, приводить выдержки из периодической печати, сайтов интернета и т. д.

Решение ситуационных задач представляет собой практическое применение теоретических знаний к конкретной ситуации (совокупности операций, осуществляемых в рамках организации).

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в виде экзамена во 2 и 3 семестрах. Экзамен позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Экзамен предполагает ответ на теоретические вопросы из перечня вопросов. К моменту сдачи экзамена должны быть благополучно пройдены предыдущие формы контроля. Методика формирования результирующей оценки в обязательном порядке учитывает активность студентов на занятиях, посещаемость занятий, оценки за практические работы, выполнение самостоятельных заданий.

9.1. Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

Применение балльно-рейтинговой системы оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса данной рабочей программой не предусмотрено.

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

Устный опрос оценивается следующим образом:

«зачтено»: обучающийся дает ответ на поставленный вопрос по существу и правильно отвечает на уточняющие вопросы;

«не зачтено»: обучающийся отказывается отвечать на поставленный вопрос, либо отвечает на него неверно и при формулировании дополнительных (вспомогательных) вопросов.

Доклад:

«зачтено»: грамотное и непротиворечивое изложение сути вопроса при использовании современных источников. Обучающийся способен сделать обоснованные выводы, а также уверенно отвечать на заданные в ходе обсуждения вопросы;

«не зачтено»: неудовлетворительное качество изложения материала и неспособность обучающегося сделать обоснованные выводы или рекомендации.

Решение ситуационных задач оценивается:

«зачтено»: обучающийся самостоятельно правильно решает задачу, дает обоснованную оценку по итогу решения;

«не зачтено»: обучающийся отказывается от выполнения задачи или не способен ее решить самостоятельно, а также с помощью преподавателя.

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.

Показателями, характеризующими текущую учебную работу студентов, являются:

- активность посещения занятий и работы на занятиях;
- выступление с докладами;
- оценка за решение ситуационных задач;
- оценка ответов на устный опрос.

Сроки промежуточной аттестации определяются графиком учебного процесса. По дисциплине «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» предусмотрены экзамены во 2 и 3 семестрах. Экзамен проводится в форме устного ответа на 3 вопроса из приведенного ниже (9.6) списка.

9.3. Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

9.4. Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам

Социология

1. Объект и предмет социологии. Определение понятия «социальное», основные категории социологии.
2. Структура социологического знания. Функции социологии, её роль в решении проблем современного общества.
3. Виды социальных групп. Социальные группы в современном обществе.
4. Количественные и качественные методы в социологии.
5. Репрезентативность выборочных данных.

Введение в коммуникационные специальности

1. Понятие «связи с общественностью», основные принципы PR-деятельности.
2. Этапы планирования коммуникационной деятельности.
3. Целевые аудитории в связях с общественностью: понятие, виды.
4. Классификация пиар-мероприятий.
5. Виды медиа-документов и медиа-текстов.

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

Компетенции	Критерии	Показатели
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<i>Знать:</i> специфику профессиональной деятельности, содержание профессиональных функций и ключевые потребности общества и целевой аудитории.	<i>Знает:</i> содержание ключевых социологических и культурологических исследований в их связи с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.
	<i>Уметь:</i> решать задачи профессиональной деятельности в соответствии с запросами общества и целевой аудитории.	<i>Умеет:</i> - использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности; - учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
	<i>Владеть:</i> коммуникативными и управленческими навыками в области рекламы и связей с общественностью.	<i>Владеет:</i> - основными инструментами поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий/групп общественности; - навыками эффективной коммуникации с целевыми группами аудитории.
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	<i>Знать:</i> специфику профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции, содержание профессиональных функций и особенности их применения.	<i>Знает:</i> необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности.
	<i>Уметь:</i> решать задачи профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции	<i>Умеет:</i> применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания рекламной продукции.

	<i>Владеть:</i> навыками подготовки рекламной продукции в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры.	<i>Владеет:</i> - инструментами создания рекламной продукции в различных общественно-значимых отраслях; - навыками продвижения продуктов и услуг на рынке.
ПК-3 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	<i>Знать:</i> специфику разных типов СМИ и других медиа в контексте мирового и отечественного опыта.	<i>Знает:</i> особенности развития и функционирования разных типов СМИ и других медиа на российском и международном рынке.
	<i>Уметь:</i> создавать оригинальный контент (тексты, графические материалы, ауди-видео продукцию и т.п.) и продвигать среди целевой аудитории, учитывая культурный и социально-политический контекст.	<i>Умеет:</i> использовать современные технологии для создания оригинального контента, востребованного на отечественном или мировом рынке.
	<i>Владеть:</i> навыками создания авторского контента и его продвижения через СМИ и другие медиаканалы.	<i>Владеет:</i> - навыками создания авторского контента; - инструментами его продвижения на авиарынке.

Характеристики шкалы оценивания приведены ниже.

«Отлично» ставится, если обучающийся демонстрирует глубокие знания в области рассматриваемой темы и умение уверенно применять их на практике при решении ситуационных задач. Отвечая на вопрос, приводит примеры, аргументирует собственную позицию. Излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

«Хорошо» ставится, если обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

«Удовлетворительно» ставится, если обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести собственные примеры; излагает материал непоследовательно и допускает незначительные речевые ошибки.

«Неудовлетворительно» ставится, если обучающийся обнаруживает

незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажает их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

9.6. Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам обучения по дисциплине

Тема 1. Цифровое общество и компьютерная грамотность в авиации

Вопросы для устного опроса

1. Охарактеризуйте перспективы использования любых двух цифровых устройств в жизнедеятельности человека, приведите примеры использования цифровых устройств в Вашей семье.

2. Какие приложения могут быть использованы для:

а) обучения; б) развлечения; в) совершения онлайн-покупок или получения онлайн-услуги?

3. Проанализируйте цифровую трансформацию пассажирских сервисов:

- проанализировать, как цифровизация изменила ожидания пассажиров (online-бронирование, мобильные посадочные талоны, отслеживание багажа);

- сравнить сервисы двух авиакомпаний по критерию удобства цифровых решений;

- предложить 3 улучшения цифрового взаимодействия с пассажирами.

Примерные темы докладов

1. Использование информационных технологий при написании исследовательских работ.

2. Цивилизационные последствия внедрения и использования передовых цифровых технологий – Интернета вещей, искусственного интеллекта, блокчейна, облачных решений, технологии виртуальной и дополненной реальности и др.

3. Цифровое государство и цифровая экономика.

Тема 2. Компьютерные (информационные) технологии в управлении авиапредприятием

Вопросы для устного опроса

1. Подумайте, какая эволюция облачных вычислений ждет нас в перспективе, например, через 20 лет, как будет эволюционировать в своем развитии облачная технология?

2. Назовите облачные сервисы Google, которые дублируют функционал Microsoft Office.

3. Назовите критерии создания эффективной инфографики.

4. Какие бывают виды шрифтов в дизайне? Назовите наиболее

популярные шрифты.

Типовые ситуационные задачи

1. Многие корпорации под своей эгидой объединяют сразу несколько сервисов. Сравните облачные сервисы двух наиболее популярных корпораций Яндекс и Google и заполните таблицу:

Тип сервиса	Яндекс	Google
Поиск информации		
Хранение данных		
Карты		
Почта		
Календарь		
Сайты		
Документы		
Формы		
Фото сервис		
Видео сервис		
Переводчик		
Встречи		

2. Создать личный информационный архив по темам: Учеба, Хобби.

3. Выполните обработку любой Вашей фотографии с использованием одного из графических редакторов или мобильных приложений.

4. Используя возможности графического редактора: а) создайте эффект старой фотографии; б) создайте фотоколлаж.

5. Создать почту в Yandex'е и сформировать в облаке папку Почтовые вложения.

6. Создайте опрос или викторину на выбранную вами тему и закрепите его. Поучаствуйте в опросах других участников.

7. Создайте презентацию на тему: «Правила идеальной презентации». Сохраните ее в форматах pptx и pdf.

8. Выполните сравнительный анализ систем бронирования (CRS/GDS):

- исследовать принципы работы Amadeus, Sabre, Galileo;

- рассчитать экономию времени при автоматизации бронирования;

- разработать критерии выбора системы бронирования для региональной авиакомпании.

Тема 3. Сетевые технологии и Интернет в авиационной инфраструктуре

Вопросы для устного опроса

1. Как бы Вы объяснили, что новости и реклама в сети Интернет подбираются в соответствии с интересами пользователя, чем это обусловлено? Что такое цифровой портрет пользователя?

2. В чем состоит суть концепций web 2.0 и web 3.0?

3. Назовите основные критерии поискового запроса к нейросети?
4. Назовите системы для автоматизации обслуживания пассажиров в авиационной инфраструктуре? (Система «Умный цифровой аэропорт», на основе ГЛОНАСС/GPS и Интернета).
5. Использование ИИ для оптимизации операций авиакомпаний.

Типовые ситуационные задачи

1. Провести поиск информации на определенную тему в КонсультантПлюс.
2. Провести сравнительный анализ популярных поисковых систем по следующим критериям:
 - а. Опции поисковой строки;
 - б. Опции расширенного поиска (при наличии);
 - в. Опции инструментальных панелей поиска (при наличии);
 - г. Язык поисковых запросов (метасимволы, учет морфологии, регистра...);
 - д. Выберите объект исследования.
 - е. Сформируйте запрос для поиска сведений по объекту исследования в сети Интернет посредством популярных поисковых систем.
 - ж. Проведите анализ уровень релевантности поисковых систем по данному запросу (на основе пятидесяти источников).Результаты анализа представьте в виде таблиц с последующим кратким описанием опций.
3. Используя поисковые системы, интернет-ресурсы проанализировать востребованность вашей будущей профессии во Владивостоке, Москве (кол-во предложений, требования, оклад, условия и т.п.).
4. Используя поисковые системы, интернет-ресурсы найти статистическую информацию (например, ежедневный курс доллара за 5 лет). Сформировать найденную информацию в табличном виде для последующей обработки.
5. Используя каталог приложений, найдите три разных приложения для изучения иностранных языков. Изучите функции и исследуйте, есть ли какие-либо отзывы об этом приложении.
6. Проанализируйте личную информацию известной личности в профилях его социальных сетей. Укажите личные данные, опубликованные в профиле.
7. Найдите в интернет-источниках и изучите Федеральный Закон № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». Коротко опишите его назначение.

Тема 4. Цифровая (информационная) безопасность в авиакомпании

Вопросы для устного опроса

1. Обоснуйте, почему так важно создавать надежные пароли с точки зрения применения киберпреступниками технологии брутфорс

(использование программы-взломщика для получения доступа к какой-либо программе, в т.ч. к почтовому ящику, путем перебора паролей по критериям, заданным владельцем данной программы). Приведите примеры надежных и ненадежных паролей.

2. Что такое двухфакторная аутентификация и для чего она применяется?

3. Определите, является ли каждое из этих сообщений спамом и можно ли поделиться информацией с этим человеком. Какие действия необходимо предпринять? Ответ поясните.

Ситуация для анализа 1. Вам пишет друг и говорит, что пытается найти фото, которое Вы показывали, но не имеет доступа к нему. Сейчас Вы не у компьютера, поэтому не можете отправить фото другу. Друг отвечает: «Тогда давай я зайду в твой аккаунт на минутку и скачаю фото – скажи мне свой пароль».

Ситуация для анализа 2. Вы получили электронное письмо от имени представителя своего университета о том, что аккаунты учащихся были взломаны. В письме говорится: «Недавно злоумышленники взломали аккаунты наших учащихся. Приносим свои извинения. Мы уже работаем над этой проблемой. Чтобы восстановить свой аккаунт, в ответ на это письмо отправьте имя пользователя и пароль».

4. Разработка политики информационной безопасности в авиакомпании:

- составить реестр информационных активов авиакомпании (данные пассажиров, расписания, финансовые операции);
- выявить 5 ключевых угроз для каждого актива;
- разработать инструкцию для сотрудников по работе с персональными данными.

Примерные темы докладов

1. Основы компьютерной безопасности и юридические аспекты информационных технологий.

2. Российское законодательство в области информационной безопасности.

3. Авторское право в сети Интернет.

Тема 5. Цифровые методы анализа пассажиропотока

Вопросы для устного опроса

1. Дайте определение пассажиропотока. Какие основные характеристики пассажиропотока (объем, направление, сезонность) являются ключевыми для планирования в авиакомпании?

2. Что такое «data-driven принятие решений»? Приведите пример, как этот подход применяется в управлении авиаперевозками.

3. Каковы основные источники данных для анализа пассажиропотока? (PSS/системы бронирования, отчеты аэропортов, биржевые данные, внешние данные).

4. Объясните, как общественные потребности (например, рост мобильности, развитие туризма) влияют на структуру и объем пассажиропотока.

5. Какие ключевые показатели (KPI) используются для анализа эффективности авиарейсов? (RPK, LF, Yield). Объясните, что показывает каждый из них.

6. Что такое SWOT-анализ в контексте планирования нового авиамаршрута? Приведите примеры внутренних (сильные/слабые стороны) и внешних (возможности/угрозы) факторов.

7. Опишите, как вы будете анализировать сезонность спроса на конкретном направлении. Какие бизнес-решения можно принять на основе этого анализа?

8. Как методы прогнозирования помогают авиакомпании оптимизировать доходность (revenue management)?

Типовые ситуационные задачи

1. Вам предоставили данные, что рейс Москва – Симферополь имеет стабильно высокую загрузку (85% LF) зимой, но низкую (50% LF) летом. Как вы объясните эту динамику и какие действия предложите?

2. Как вы будете соотносить социологические данные (например, о росте доходов среднего класса в регионе) с планированием частоты рейсов в этот регион?

3. Представьте, что анализ данных показал низкую загрузку бизнес-класса на рейсе в город, где нет развитого делового центра. Ваши рекомендации по изменению конфигурации салона или тарифной политики?

4. Объясните на примере, как цифровые методы анализа помогают оценить потенциальную рентабельность нового маршрута до его запуска.

Тема 6. Цифровые технологии в авиамаркетинге

Вопросы для устного опроса

1. В чем специфика маркетинга в авиационной отрасли по сравнению с другими сферами? (Назовите ключевые особенности)

2. Какие современные цифровые тренды оказывают наибольшее влияние на продвижение авиауслуг? (IoT, AI, big data)

3. Как изменилось поведение пассажиров под влиянием цифровых технологий? (ожидания, процесс покупки)

4. Что такое customer journey в авиационной сфере? Опишите ключевые точки касания с брендом.

5. Какие каналы digital-маркетинга наиболее эффективны для продвижения авиауслуг и почему?

6. Какую роль играют системы бронирования (GDS) в маркетинговой стратегии авиакомпании?

7. В чем преимущества и недостатки социальных сетей для продвижения авиакомпании?

8. Как используются технологии таргетированной рекламы в

авиамаркетинге? (ретаргетинг, look-alike аудитории)

9. Какие ключевые показатели (KPI) используются для оценки эффективности digital-кампаний в авиабизнесе?

10. Как Big Data и аналитика помогают в персонализации предложений для пассажиров?

11. Что такое CRM-система и как она используется в авиакомпаниях?

12. Как вы будете измерять ROI от digital-кампании по продвижению нового направления?

Типовые ситуационные задачи

Кейс 1: «Запуск нового лоу-кост направления»

Ситуация:

Авиакомпания «SkyLight» запускает новый рейс Москва-Стамбул по модели лоу-кост. Бюджет кампании ограничен.

Задание:

Разработайте поэтапный план продвижения за 1 месяц до запуска рейса:

1. Выберите 3 наиболее эффективных канала digital-продвижения
2. Предложите креативную концепцию для каждого канала
3. Рассчитайте ожидаемый охват аудитории
4. Предложите KPI для оценки эффективности

Кейс 2: «Кризисный пиар в социальных сетях»

Ситуация:

Из-за погодных условий отменено 10 рейсов авиакомпании. В социальных сетях — шквал негативных комментариев.

Задание:

Разработайте алгоритм действий:

1. Какие каналы коммуникации использовать в первую очередь?
2. Какой контент опубликовать?
3. Как работать с негативными комментариями?
4. Какие инструменты мониторинга настроений использовать?

Кейс 3: «Повышение лояльности постоянных клиентов»

Ситуация:

Авиакомпания теряет постоянных клиентов из-за усиления конкуренции.

Задание:

Предложите решение:

1. Какие digital-инструменты лояльности наиболее эффективны?
2. Как сегментировать базу клиентов для персонализации?
3. Разработайте концепцию email-рассылки для «уснувших» клиентов
4. Предложите механики программы лояльности

Кейс 4: «Продвижение премиум-направления»

Ситуация:

Авиакомпания запускает прямой рейс Москва-Токио в бизнес-классе.

Задание:

Разработайте стратегию продвижения:

1. Как определить целевую аудиторию?
2. Какие каналы digital-продвижения выбрать?
3. Какой контент будет наиболее эффективен?
4. Как измерить успех кампании?

Примерный перечень вопросов к экзамену для проведения промежуточного контроля по дисциплине во 2 семестре

1. Информационное общество: определения, признаки, основные концепции.
2. «Информация» как научная категория. Классификация информации и ее свойства.
3. Принципы цифровой (информационной) грамотности.
4. Особенности потребления цифровой информации.
5. Цифровое государство и цифровая экономика.
6. Применение цифровых технологий в образовании.
7. Аппаратное обеспечение вычислительных систем.
8. Эволюция графического пользовательского интерфейса.
9. Типология программного обеспечения. Программное обеспечение в маркетинге и PR.
10. Эволюция развития и типология операционных систем.
11. Текстовый редактор. Назначение и функционал.
12. Основные принципы форматирования текстовых документов.
13. Шрифты в дизайне и их типология.
14. Виды графики (векторная, растровая, программная) 13.
- Графический редактор. Назначение и функционал.
15. Использование формул в электронных таблицах.
16. Диаграммы и графики в электронных таблицах.
17. Принципы организации баз данных.
18. Облачные сервисы и облачные хранилища.
19. Принципы эффективной презентации.
20. Концепции web 2.0 и web 3.0.
21. Локальные и глобальные сети.
22. История развития сети Интернет.
23. Понятие WWW. Браузер - понятие назначение и функции. Протокол взаимодействия HTTP. Понятие URL. Процесс формирования запроса в WWW и получения ответа с помощью URL.
24. Методика поиска ресурсов в сети Интернет.
25. Основные критерии поискового запроса к нейросети.
26. Особенности рекламной коммуникации в Интернет.
27. Функционал современных социальных сетей.
28. Функционал современных мессенджеров.
29. Основные направления использования интернет-технологий в маркетинге и маркетинговых исследованиях.
30. Особенности функционирования электронных СМИ.

31. Технологии виртуальной (VR), дополненной (AR) и смешанной (XR) реальности.

Примерный перечень вопросов к экзамену для проведения промежуточного контроля по дисциплине в 3 семестре

1. Понятие и принципы цифровой безопасности.
2. Компьютерные вирусы. Понятие. Разновидности компьютерных вирусов. Меры защиты от компьютерных вирусов.
3. Защита информации в Интернет. Понятие о шифровании информации (симметричные и несимметричные криптографические процессы). Понятие электронной подписи. Сертификация дат, WEB-узлов.
4. Критерии создания надежного пароля. Двухфакторная защита.
5. Защита от спама.
6. Что такое Цифровые гуманитарные науки? История развития и становления ДН в России и за рубежом.
7. Основные направления применения компьютерных технологий в гуманитарной сфере.
8. Дистрибутивная семантика. Тематическое моделирование. Стилеметрия.
9. К проблеме культурных данных. Открытые данные. Майнинг данных с онлайн ресурсов. Сбор данных с помощью готового открытого программного обеспечения и плагинов.
10. Черный ящик (Black box) открытых данных: проблемы и решения.
11. Анализ текстов с использованием открытого программного обеспечения.
12. История визуализации данных. Программное обеспечение для визуализации данных.
13. «Картографии» сетей связей и социальных групп.
14. Применение геоинформационных систем в гуманитарных исследованиях
15. Современные проекты цифровых гуманитарных наук в России: типология и специфика.
16. Инструменты и принципы медиапланирования.
17. Agile-методология управления проектами.
18. Ключевые принципы веб-дизайна. UX/UI-дизайн.
19. Язык разметки HTML.
20. Лендинг и открытые ресурсы для создания одностраничных сайтов.
21. Инструменты медиаметрии.
22. Анализ целевой аудитории в сети Интернет.
23. Основные принципы размещения рекламы в сети Интернет.
24. Контекстная и таргетированная реклама.
25. Управление имиджем и репутацией в сети Интернет.
26. Маркетинговый инструментарий социальных сетей и мессенджеров.
27. SMO и SMM-продвижение.

28. Возможности блогов и социальных сетей для бизнеса в Интернете.
29. Аналитика пользовательской активности. Яндекс Метрика.
30. Фирменный стиль и айдентика бренда.
31. Критерии создания успешного логотипа.

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. Рекомендуются 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 рубрикацию 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. (пункт 5.1)

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 (пункт 5.1)

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 аттестации 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 разработана 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 «Философия и социальные коммуникации» «5» апреля 2024 г., протокол № 10.

Разработчик:

ст.преп. А.А. Кириллов

Заведующий кафедрой № 1:

к.ф.н., доцент Н.Ю. Куценко

Программа согласована:

Руководитель ОПОП ВО

к.ф.н., доцент Н.Ю. Куценко

Программа рассмотрена и согласована на Заседании Учебно-методического совета Университета «14» апреля 2024 г., протокол № 7.