

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан социально-гуманитарного факультета
(наименование факультета)

И.В. Цевелева И.В. Цевелева

(подпись, ФИО)

« 29 » июне 20 20 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Информационные системы и технологии в рекламной деятельности

Направление подготовки	42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность (профиль) образовательной программы	Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
Квалификация выпускника	бакалавр
Год начала подготовки (по учебному плану)	2020
Форма обучения	очная
Технология обучения	традиционная

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
4	7	5

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
Зачет с оценкой	Кафедра ИК - История и культурология

Комсомольск-на-Амуре
2020

Разработчик рабочей программы:

Канд. ист. наук, доцент

(должность, степень, ученое звание)



(подпись)

Абабкова Н.Н.

(ФИО)

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой «История и
культурология»

(наименование кафедры)



(подпись)

Петрунина Ж.В.

(ФИО)

Заведующий выпускающей
кафедрой «История и
культурология»

(наименование кафедры)



(подпись)

Петрунина Ж.В.

(ФИО)

1 Введение

Рабочая программа и фонд оценочных средств дисциплины «Информационные системы и технологии в рекламной деятельности» составлены в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 512 от 08.06.2017, и основной профессиональной образовательной программы подготовки «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Основание для определения профессиональных компетенций и практической подготовки:

- Профессиональный стандарт 06.009 «СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ». Обобщенная трудовая функция: С. Управление (менеджмент) информационными ресурсами

- ПС 06.009 ТФ 3.2.1 НУ-3 Использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты

Задачи дисциплины	Формирование у учащихся необходимых общекультурных и предметных компетенций, овладение студентами навыками использования компьютерных и информационных технологий в профессиональной деятельности менеджера по рекламе. Изучение студентами основных аспектов информационных технологий в рекламе, позволяющих грамотно ориентироваться в вопросах получения, обработки, интерпретации необходимой для рекламной деятельности информации и применения соответствующих алгоритмов и технологий с целью подготовки содержания и оформления рекламных сообщений, принятия оптимальных решений по проведению рекламных кампаний, оценки эффективности рекламной деятельности Формирования у студентов общих знаний и системного подхода при рассмотрении использования и внедрения различных информационных систем и технологий и программных комплексов на объектах экономического рынке применительно к сфере рекламной деятельности.
Основные разделы / темы дисциплины	1. Информационные технологии в рекламной деятельности 2. Информационная база рекламной деятельности 3. Сетевые технологии и Интернет в рекламе

2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Процесс изучения дисциплины «Информационные системы и технологии в рекламной деятельности» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 1):

Таблица 1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Общепрофессиональные		
ОПК-6 . Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и	ОПК-6.1 Знает современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности	Знать новейшие информационно-коммуникационные технологии создания и реализации рекламных и PR-проектов.

использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.2 Умеет использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационнокоммуникационные технологии ОПК-6.3 Владеет навыками применения современных технических средств и информационнокоммуникационных технологий в профессиональной деятельности на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Уметь применять новейшие технологии при создании и осуществлении рекламных и PR проектов (вирусная реклама, встроенная реклама, мобильный маркетинг и т.д.) Владеть навыками применения новейших технологий, в том числе программного обеспечения и технических средств при создании и осуществлении рекламных и PR проектов; навыками мониторинга информации в Интернет
Профессиональные		
ПК-3 Способен осуществлять коммуникационную кампанию в сети Интернет	ПК-3.1 Знает особенности и технологии осуществления рекламной и PR кампаний в сети Интернет ПК-3.2 Умеет самостоятельно планировать и осуществлять рекламные и PR-мероприятия в сети Интернет ПК-3.3 Владеет навыками использования возможностей сети Интернет в целях рекламы и связей с общественностью	Знать специфику и порядок осуществления рекламной и PR кампаний в сети Интернет, особенности взаимодействия с интернет-аудиторией. Уметь организовать рекламные мероприятия в сети интернет. Владеть навыками составления контент-плана, подготовки текстов и визуальных элементов для размещения на официальных аккаунтах социальных сетей и сайтов организации.

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Информационные системы и технологии в рекламной деятельности» изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к дисциплинам по выбору (часть, формируемая участниками образовательных отношений).

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения, навыки и / или опыт практической деятельности, сформированные в процессе изучения дисциплин / практик: «Технологии рекламы», «Дизайн в рекламе и связях с общественностью», «Технологии связей с общественностью», «Современные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Продвижение в интернете» // «Коммуникации в постиндустриальном обществе».

Знания, умения и навыки, сформированные при изучении дисциплины «Информационные системы и технологии в рекламной деятельности», будут востребованы при изучении последующих дисциплин: «Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)», «Производственная практика (профессионально-творческая)», 6 и 8 семестры «Преддипломная практика».

Дисциплина «Информационные системы и технологии в рекламной деятельности»

частично реализуется в форме практической подготовки. Практическая подготовка организуется путем проведения практических занятий.

4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины составляет 5 з.е., 180 акад. час.

Распределение объема дисциплины (модуля) по видам учебных занятий представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего академических часов
Общая трудоемкость дисциплины	180
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего	48
В том числе:	
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками) в том числе в виде практической подготовки	24
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия) в том числе в виде практической подготовки	24
Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа , включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	132
Промежуточная аттестация обучающихся – зачет с оценкой	0

5 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебной работы

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			СРС
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
1. Информационные технологии в рекламной деятельности				
Характеристика информационных технологий	2	2		6

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
Исследование рекламной аудитории	2	2*		6
Эффективность рекламы	2	2		8
Развитие информационных технологий в рекламе	2	2		8
2. Информационная база рекламной деятельности				
Использование баз данных в рекламе	2	2		8
Основные архитектуры баз данных	2	2		8
Современные подходы к хранению информации	2	2		8
3. Сетевые технологии и Интернет в рекламе				
Локальные сети и intranet	2	2		8
Глобальные сети	2	2		8
Рекламные возможности сети Интернет	4	4		8
Реклама в сообщениях e-mail и телеконференциях	2	2*		8
Web-сайт как объект и субъект рекламы	2	2*		8
Реклама в электронной коммерции	2	2		8
Баннерная реклама в сети Интернет	2	2*		8
Сетевые рекламные агентства	2	2		8
ИТОГО по дисциплине	24	24		132

*проводятся в форме практической подготовки

6 Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

При планировании самостоятельной работы студенту рекомендуется руководствоваться следующим распределением часов на самостоятельную работу (таблица 4):

Таблица 4 – Рекомендуемое распределение часов на самостоятельную работу

Компоненты самостоятельной работы	Количество часов
Изучение теоретических разделов дисциплины	40
Подготовка к занятиям семинарского типа	50
Подготовка и оформление Контрольная работа	42
	132

7 Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации представлен в Приложении 1.

Полный комплект контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), практике хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

8.1. Основная литература

1. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12958-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471630> (дата обращения: 11.05.2021).

2. Информационно-техническое обеспечение рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / . — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 68 с. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102907.html> (дата обращения: 11.05.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/102907>

3. Кузнецов П.А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие / Кузнецов П.А.. — Москва : Дашков и К, 2018. — 296 с. — ISBN 978-5-394-01068-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85272.html> (дата обращения: 11.05.2021). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4. Кузнецов П.А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса : практические приемы и технологии / Кузнецов П.А.. — Москва : Дашков и К, 2019. — 295 с. — ISBN 978-5-394-03150-2. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85403.html> (дата обращения: 11.05.2021). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

5. Цифровые маркетинговые коммуникации: введение в профессию : учебник для вузов / под ред. Г. Л. Азоева. - Санкт-Петербург : Питер, 2021. - 336 с. - (Учебник для вузов). - ISBN 978-5-4461-1810-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1831728> (дата обращения: 11.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

8.2 Дополнительная литература

1. Андрианов, А. Хайп мозга. Провокационный PR : практическое руководство / А. Андрианов. - Санкт-Петербург : Питер, 2020. - 176 с. - ISBN 978-5-4461-1614-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1783912> (дата обращения: 11.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477312> (дата обращения: 11.05.2021).

3. Паршукова Г.Б. Информационные технологии в деятельности специалиста по связям с общественностью : учебное пособие / Паршукова Г.Б.. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2010. — 87 с. — ISBN 978-5-7782-1399-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/44933.html> (дата обращения: 11.05.2021). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4. Ткаченко, Н.В. Креативная реклама. Технологии проектирования: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Реклама» / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 335 с. — (Серия «Азбука рекламы»). - ISBN 978-5-238-01568-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028594> (дата обращения: 11.05.2021). – Режим доступа: по подписке.

8.1 Методические указания для студентов по освоению дисциплины

8.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

1 Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Договор № 4997 эбс ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010 004 6311 244 от 13 апреля 2021 г.

2 Электронно-библиотечная система IPRbooks. Лицензионный договор № ЕП 44/4 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010 003 6311 244 от 05 февраля 2021 г.

3 Образовательная платформа Юрайт. Договор № ЕП44/2 на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010001 6311 244 от 02 февраля 2021 г.

4 Электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU (периодические издания) Договор № ЕП 44/3 на оказание услуг доступа к электронным изданиям ИКЗ 211 272 7000769 270 301 001 0010 002 6311 244 от 04 февраля 2021 г.

8.3 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Официальный PR-портал журнала Sovetnik.ru - <http://www.sovetnik.ru>
2. Официальный сайт российских средств массовой информации <http://www.СМИ.ru>
3. Российский новостной сайт - <http://www.lenta.ru>
4. <http://www.РАССО.ru>

8.4 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Таблица 5 – Перечень используемого программного обеспечения

Наименование ПО	Реквизиты / условия использования
Microsoft Imagine Premium	Лицензионный договор АЭ223 №008/65 от 11.01.2019
OpenOffice	Свободная лицензия, условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/license.html

9 Организационно-педагогические условия

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) — русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

9.1 Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

9.2 Занятия лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

9.3 Занятия семинарского типа

Семинарские занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на семинарских занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Ответ должен быть аргументированным, развернутым, не односложным, содержать ссылки на источники.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание заданий, выполненных на семинарском занятии, входит в накопленную оценку.

9.4 Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов университета.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

9.5 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.

При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств.

10 Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

10.1 Учебно-лабораторное оборудование

Аудитория	Наименование аудитории (лаборатории)	Используемое оборудование
Аудитория с выходом в Internet + локальное соединение	Учебная аудитория для занятий лекционного и семинарского типа (медиа)	компьютер; экран с проектором

10.2 Технические и электронные средства обучения

Лекционные занятия.

Аудитории для лекционных занятий укомплектованы мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории (наборы демонстрационного оборудования (проектор, экран, компьютер/ноутбук), учебно-наглядные пособия, тематические иллюстрации).

Практические занятия.

Аудитории для практических занятий укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа.

Помещение для самостоятельной работы оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде КнАГУ:

- компьютерный класс 401-1, 331-1

11 Иные сведения

Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использо-

вания). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине**

Информационные системы и технологии в рекламной деятельности

Направление подготовки	42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность (профиль) образовательной программы	Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
Квалификация выпускника	бакалавр
Год начала подготовки (по учебному плану)	2020
Форма обучения	очная
Технология обучения	традиционная

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
4	7	5

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
Зачет с оценкой	Кафедра ИК - История и культурология

1 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Таблица 1 – Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Общепрофессиональные		
<p>ОПК-6 . Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-6.1 Знает современные технические средства и информационнокоммуникационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности</p> <p>ОПК-6.2 Умеет использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационнокоммуникационные технологии</p> <p>ОПК-6.3 Владеет навыками применения современных технических средств и информационнокоммуникационных технологий в профессиональной деятельности на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>Знать новейшие информационно-коммуникационные технологии создания и реализации рекламных и PR проектов.</p> <p>Уметь применять новейшие технологии при создании и осуществлении рекламных и PR проектов (вирусная реклама, встроенная реклама, мобильный маркетинг и т.д.)</p> <p>Владеть навыками применения новейших технологий, в том числе программного обеспечения и технических средств при создании и осуществлении рекламных и PR проектов; навыками мониторинга информации в Интернет</p>
Профессиональные		
<p>ПК-3 Способен осуществлять коммуникационную кампанию в сети Интернет</p>	<p>ПК-3.1 Знает особенности и технологии осуществления рекламной и PR кампаний в сети Интернет</p> <p>ПК-3.2 Умеет самостоятельно планировать и осуществлять рекламные и PR-мероприятия в сети Интернет</p> <p>ПК-3.3 Владеет навыками использования возможностей сети Интернет в целях рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знать специфику и порядок осуществления рекламной и PR кампаний в сети Интернет, особенности взаимодействия с интернет-аудиторией.</p> <p>Уметь организовать рекламные мероприятия в сети интернет.</p> <p>Владеть навыками составления контент-плана, подготовки текстов и визуальных элементов для размещения на официальных аккаунтах социальных сетей и сайтов организации.</p>

Таблица 2 – Паспорт фонда оценочных средств

Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Формируемая компетенция	Наименование оценочного средства	Показатели оценки
1. Информационные технологии в рекламной деятельности	ОПК-6 ПК-3	Доклад и презентация Тест Практическое задание Контрольная работа	Знает основные технологии, применяемые в рекламной деятельности. Понимает роль информационных технологий в процессах взаимодействия с общественностью. Умение применять новые технологии на практике.
2. Информационная база рекламной деятельности	ОПК-6 ПК-3	Доклад и презентация Тест Практическое задание Контрольная работа	Знает основы новейших информационно-коммуникационных технологий создания и реализации рекламных и PR-проектов. Умеет применять новейшие технологии при создании и осуществлении рекламных и PR-проектов
3. Сетевые технологии и Интернет в рекламе	ОПК-6 ПК-3	Доклад и презентация Тест Практическое задание Контрольная работа	Знает основные механизмы применения сетевых технологий и Интернета в рекламной деятельности. Умеет решать различные профессиональные задачи в рамках работы с сетевыми технологиями и Интернетом. Владеет навыком решения профессиональных задач в рамках работы с сетевыми технологиями и Интернетом.

2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 3).

Таблица 3 – Технологическая карта

Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
----------------------------------	------------------	------------------	---------------------

7 семестр			
Промежуточная аттестация в форме «Зачет с оценкой»			
Тест	В течение семестра неделя	0,1 балл Максимальная сумма баллов 10	0,1 балл за каждый верный ответ теста
Практическое задание	В течение семестра	5 баллов Максимальная сумма баллов 20	0 баллов задание не выполнено 2 балла задание выполнено частично, имеются грубые ошибки в содержании текста задания 3 балла задание выполнено полностью, однако имеются ошибки и недочеты 5 баллов задание выполнено полностью без ошибок, допустимо наличие некоторых неточностей.
Доклад и презентация	В течение семестра	10 баллов	10 баллов - доклад написан и представлен грамотным научным языком, имеет чёткую структуру и логику изложения, точка зрения обучающегося обоснована. Презентация содержит не менее 10 слайдов, соответствует визуальным и содержательным требованиям, раскрывает смысл доклада. 6 баллов - тема раскрыта хорошо, но не в полном объёме; информации представлено недостаточно; в отдельных случаях нарушена логика в изложении материала, не совсем доступно; презентация частично соответствует установленным требованиям 3 балла - раскрыта малая часть темы; поиск информации проведён поверхностно; в изложении материала отсутствует логика, доступность; презентация не соответствует установленным требованиям
Контрольная работа	14-16 неделя	20 баллов	20 баллов - студент правильно выполнил задание. Показал отличное владения навыками применения полученных знаний и умений в рамках усвоенного учебного материала. 15 баллов - студент выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие владения навыками применения полученных знаний и умений в рамках усвоенного учебного материала. 10 баллов - студент выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений в рамках усвоенного учебного материала. 5 баллов - при выполнении задания студент продемонстрировал недостаточный уровень владения навы-

Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
7 семестр			
Промежуточная аттестация в форме «Зачет с оценкой»			
			ками применения полученных знаний и умений в рамках усвоенного учебного материала. 0 баллов – студент не предоставил выполненное задание
ИТОГО:		60 баллов	
Критерии оценки результатов обучения по дисциплине: 0 – 59 % от максимально возможной суммы баллов – «неудовлетворительно» (недостаточный уровень для промежуточной аттестации по дисциплине); 60- 74 % от максимально возможной суммы баллов – «удовлетворительно» (пороговый (минимальный) уровень); 75 – 84 % от максимально возможной суммы баллов – «хорошо» (средний уровень); 85 – 100 % от максимально возможной суммы баллов – «отлично» (высокий (максимальный) уровень)			

3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы

3.1 Задания для текущего контроля успеваемости

Типовой комплект заданий для контрольной работы

Вариант 1

1. Современные информационные технологии в рекламе.
2. Рекламные возможности сети Интернет.
3. Использование возможностей Web-сайта для ведения рекламной деятельности.
4. Сети баннерного обмена (banner exchange services).

Вариант 2

1. Информационные системы и технологии рекламной деятельности. Классификация информационных технологий.
2. Исследование рекламной аудитории: способы проведения и методы обработки результатов.
3. Информационные хранилища и интеллектуальный анализ данных в рекламе.
4. Рекламная поддержка при создании и продвижении Web-сайта компании.

Вариант 3

1. Возможности современных компьютерных технологий по повышению эффективности рекламы. Оценка эффективности.
2. Локальные компьютерные сети и сети intranet как основа внутрикорпоративной рекламной деятельности.
3. Использование возможностей компьютерных технологий по подготовке видео
4. Реклама в электронной коммерции

Вариант 4

1. Основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности.

2. Использование в рекламной практике технологий глобальных компьютерных сетей.
3. Использование возможностей компьютерных технологий по подготовке аудио
4. Баннерная реклама в сети Интернет.

Вариант 5

- 1 Новые подходы к подготовке содержания и формы подачи рекламной продукции с использованием современных компьютерных технологий.
2. Использование технологий баз данных в рекламе.
3. Реклама по e-mail и в телеконференциях: основные возможности.
4. Роль сетевых рекламных агентств, предоставляемые ими услуги.

Типовые задания к практическим занятиям (реализуются в форме практической подготовки)

Практическое занятие 1

Раскройте содержание следующих вопросов:

- 1) Основные требования к информационному обеспечению рекламной деятельности.
- 2) Содержание и функции информации в рекламе.
- 3) Современные графические пакеты. Обзор.
- 4) Программные продукты и современные информационно-коммуникационные технологии, используемые в рекламных исследованиях.

Выполните практические задания: Определите методы сбора информации о потенциальной рекламной аудитории. Приведите примеры, используя электронные и печатные ресурсы.

Практическое занятие 2

Раскройте содержание следующих вопросов:

- 1) Способы проведения исследований рекламной аудитории
- 2). Обработка результатов исследований с использованием современных статистических программ
- 3) Методы исследований, их возможности и ограничения
- 4) Получение результатов исследований и их интерпретация Основные требования к информационному обеспечению рекламной деятельности.

Выполните практические задания: Покажите практическое использование результатов исследования в рекламной деятельности. Приведите примеры, используя электронные и печатные ресурсы.

Практическое занятие 3

Раскройте содержание следующих вопросов:

- 1) Способы оценки эффективности рекламного воздействия
- 2) Возможности повышения эффективности воздействия на основе современных информационных технологий
- 3) Анализ эффективности рекламной деятельности
- 4) Правовые аспекты информационного обеспечения рекламной деятельности

Выполните практические задания: Показать использование возможностей компьютерных технологий по подготовке анимации.

Практическое занятие 4

Раскройте содержание следующих вопросов:

- 1) Создание рекламной листовки в векторном графическом редакторе.

- 2) Разработка логотипа компании в векторном графическом редакторе.
 - 3) Создание векторной копии растрового логотипа.
 - 4) Разработка визитной карточки в векторном графическом редакторе.
- Выполните практические задания: Создать буклет в векторном графическом редакторе.

Темы для подготовки доклада и презентации

1. Назначение и основные возможности настольной издательской системы (на примере Scribus)
2. Создание рекламной листовки в настольной издательской системе.
3. Создание информационного листка в настольной издательской системе.
4. Разработка визитной карточки в настольной издательской системе.
5. Создание буклета в настольной издательской системе.
6. Создание статического баннера в растровом графическом редакторе.
7. Создание динамического баннера в растровом графическом редакторе.
8. Современные организационные формы и технические средства информационного обеспечения рекламы.
9. Понятие, виды и функции информации в рекламе
10. Создание и использование фонда рекламной информации
11. Основы технологий баз данных (БД) и использования возможностей БД в рекламной деятельности
12. Современные системы управления БД (СУБД).
13. Основные архитектуры баз данных
14. Проведение аналитической работы по подготовке рекламной кампании с использованием запросов к БД.
15. Базы данных и информационные хранилища — разработка и практическое использование в рекламе.
16. Разработка базы данных «Рекламное агентство».
17. Разработка базы данных «Информационные ресурсы сети Интернет»
18. Разработка базы данных «Библиотека»
19. Разработка базы данных «Студенческий фестиваль рекламы».
20. Разработка базы данных «Работа с клиентами»
21. Использование электронных таблиц для обработки рекламной информации.
22. Создание рейтинговой таблицы рекламных видеороликов с использованием электронных таблиц.
23. Создание рейтинговой таблицы эффективности баннеропоказов с использованием электронных таблиц.
24. Создание графика, иллюстрирующего эффективность баннеропоказов с использованием электронных таблиц.
25. Использование компьютерно-сетевых технологий для информационного обеспечения рекламной деятельности.
26. Основные данные по аппаратному составу и прикладному программному обеспечению современного рабочего места для рекламной работы.
27. Локальные вычислительные сети. Развитие локальных сетей, основные особенности их функционирования, их возможности по обеспечению совместной работы и внутрифирменной рекламной деятельности.
28. Использование баз данных и в целях информационного обеспечения рекламной деятельности фирмы.
29. Основные архитектуры баз данных. Проведение аналитической работы по подготовке рекламной кампании с использованием запросов к БД
30. Состояние рынка электронной коммерции и Internet-рекламы. Реклама в списках рассылки и телеконференциях. Рекламные носители в Internet

Объем доклада должен составлять 3-7 страниц печатного текста формата А4 (шрифт «Times New Roman», размер шрифта 14, единичный интервал). Устное выступление с докладом рассчитано на 5 мин.

Структура доклада должна быть последовательна и логична, все разделы согласованы между собой. Особое внимание должно быть уделено переходам от одного вопроса к другому. Презентация выполняется в программе Microsoft Office PowerPoint (не менее 10 слайдов)

Примерные вопросы для тестирования

1. Синтез информации различного характера (текст, графика, звук, анимация, видео) –это
 - а) экспертные системы;
 - б) графические среды;
 - в) системы управления базами данных;
 - г) мультимедиа.

2. Совокупность слайдов, собранных в одном файле, как правило, выполненных в одном графическом стиле и на общую тему, образуют...
 - а) показ;
 - б) презентацию;
 - в) кадры;
 - г) рисунки.

3. Компьютерные презентации бывают...
 - а) линейные;
 - б) интерактивные;
 - в) показательные;
 - г) циркульные.

4. Составная часть презентации, содержащая различные объекты, называется...
 - а) слайд;
 - б) лист;
 - в) кадр;
 - г) рисунок.

5. Что такое Power Point?
 - а) прикладная программа Microsoft Office, предназначенная для создания презентаций;
 - б) прикладная программа для обработки кодовых таблиц;
 - в) устройство компьютера, управляющее его ресурсами в процессе обработки данных в табличной форме;
 - г) системная программа, управляющая ресурсами компьютера.

6. Какого режима просмотра слайдов НЕТ в программе PowerPoint?
 - а) обычный;
 - б) сортировщик слайдов;
 - в) показ слайдов;
 - г) слайдовое представление.

7. К рациональным мотивам в рекламе относят (отметьте лишнее):
 - а) мотив прибыльности;
 - б) мотив радости и юмора;

- в) мотив здоровья;
- г) мотив надежности, безопасности и гарантий.

8. Алгоритм проведения рекламной кампании включает стадии (отметьте неверное утверждение):

- а) цели рекламной кампании;
- б) изучение конкурентов и их рекламы;
- в) бюджетирование;
- г) разработка рекламного обращения.

9. Цели рекламной кампании на этапе выведения товара на рынок таковы (отметьте неверное утверждение):

- а) формирование потенциальных потребителей;
- б) стимулирование покупки за счет усиления рекламы;
- в) создание нужного отношения к товаропроизводителю, т. е. имиджа фирмы;
- г) акцентирование внимания на мотивах покупок при выборе товаров.

10. Отметьте наиболее эффективный метод определения рекламного бюджета:

- а) метод предыдущего года;
- б) метод финансовых возможностей фирмы;
- в) метод «проценты от оборота»;
- г) метод целей и задач.

Лист регистрации изменений к РПД

	Номер протокола заседания кафедры, дата утверждения изменения	Количество страниц изменения	Подпись разработчика РПД