

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
 ФЕДЕРАЦИИ
 федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
 образования
 "САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
 АЭРОКОСМИЧЕСКОГО ПРИБОРОСТРОЕНИЯ"

Кафедра № 82

УТВЕРЖДАЮ
 Руководитель направления
 проф. д.э.н., проф.
(должность, уч. степень, звание)
К.В. Лосев
(инициалы, фамилия)
(подпись)
 «22» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Цифровые технологии в рекламе и PR»
(Наименование дисциплины)

Код направления подготовки/ специальности	42.04.01
Наименование направления подготовки/ специальности	Реклама и связи с общественностью
Наименование направленности	Реклама и связи с общественностью в сфере социальных инноваций
Форма обучения	очная

Санкт-Петербург – 2023


Лист согласования рабочей программы дисциплины

Программу составил (а)
 доц. к.э.н.
(должность, уч. степень, звание)  О.С. Лосева
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Программа одобрена на заседании кафедры № 82
 «10 мая 2023» г, протокол № 10

Заведующий кафедрой № 82
 д.э.н., доц.  А.С. Будагов
(уч. степень, звание) (подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Ответственный за ОП ВО 42.04.01(01)
 проф. д.э.н., проф.
(должность, уч. степень, звание)  К.В. Лосев
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Заместитель декана факультета №6 по методической работе
 доц. к.п.н., доц.
(должность, уч. степень, звание)  И.М. Евлокимов
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Аннотация

Дисциплина «Цифровые технологии в рекламе и PR» входит в образовательную программу высшего образования – программу магистратуры по направлению подготовки/ специальности 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» направленности «Реклама и связи с общественностью в сфере социальных инноваций». Дисциплина реализуется кафедрой «№82».

Дисциплина нацелена на формирование у выпускника следующих компетенций:

УК-1 «Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий»

УК-2 «Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла»

УК-3 «Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели»

ОПК-1 «Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем»

ОПК-2 «Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах»

ОПК-3 «Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов»

ОПК-6 «Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно- коммуникационные технологии»

ОПК-7 «Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности»

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с современными тенденциями в области цифровых и интернет-технологий, их видами и формами, а также проведением коммуникационных кампаний и мероприятий по продвижению товаров и услуг с применением интернет-инструментария.

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практические занятия, самостоятельная работа обучающегося.

Программой дисциплины предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости, промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Язык обучения по дисциплине «русский».

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

1.1. Цель преподавания дисциплины – Формирование у студентов теоретических знаний о современных тенденциях в области цифровых и интернет-технологий, их видах и формах, а также приобретение умений и практических навыков подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий по продвижению товаров и услуг с применением интернет-инструментария.

1.2. Дисциплина входит в состав обязательной части образовательной программы высшего образования (далее – ОП ВО).

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОП ВО.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями или их частями. Компетенции и индикаторы их достижения приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Категория (группа) компетенции	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции	УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1.3.2 знать цифровые ресурсы, инструменты и сервисы для решения задач/проблем профессиональной деятельности УК-1.У.1 уметь искать нужные источники информации; воспринимать, анализировать, сохранять и передавать информацию с использованием цифровых средств; выработать стратегию действий для решения проблемной ситуации
Универсальные компетенции	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.3.2 знать цифровые инструменты, предназначенные для разработки проекта/решения задачи; методы и программные средства управления проектами
Универсальные компетенции	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, выработать командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.3.2 знать цифровые средства, предназначенные для взаимодействия с другими людьми и выполнения командной работы УК-3.В.2 владеть навыками использования цифровых средств, обеспечивающих удаленное взаимодействие членов команды
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или)	ОПК-1.3.1 знать особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

	<p>медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем</p>	
<p>Общепрофессиональные компетенции</p>	<p>ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ОПК-2.В.1 владеть навыком создания коммуникационных продуктов в условиях кризиса</p>
<p>Общепрофессиональные компетенции</p>	<p>ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ОПК-3.3.1 знать этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса</p>
<p>Общепрофессиональные компетенции</p>	<p>ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>ОПК-6.3.1 знать глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности ОПК-6.У.1 уметь отбирать и внедрять в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и</p>

		программное обеспечение ОПК-6.В.1 владеть актуальными техническими инструментами и программным обеспечением при разработке коммуникационной стратегии
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.3.1 знать закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности ОПК-7.У.1 уметь осуществлять профессиональную деятельность в сфере социальных инноваций рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений ОПК-7.В.1 владеть навыками использования принципов социальной ответственности при разработке и реализации коммуникационного продукта

2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина может базироваться на знаниях, ранее приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах»;
- «Управление коммуникационными проектами».

Знания, полученные при изучении материала данной дисциплины, имеют как самостоятельное значение, так и могут использоваться при изучении других дисциплин:

- «Основы медиапланирования»;
- «Интернет предпринимательство в рекламе и PR»;
- «Разработка и реализация коммуникационной стратегии»;
- «Инновационные маркетинговые коммуникации».

3. Объем и трудоемкость дисциплины

Данные об общем объеме дисциплины, трудоемкости отдельных видов учебной работы по дисциплине (и распределение этой трудоемкости по семестрам) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Объем и трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	Всего	Трудоемкость по семестрам
		№1
1	2	3
Общая трудоемкость дисциплины, ЗЕ/ (час)	3/ 108	3/ 108
Из них часов практической подготовки		
Аудиторные занятия, всего час.	51	51
в том числе:		
лекции (Л), (час)	17	17
практические/семинарские занятия (ПЗ),	34	34

(час)		
лабораторные работы (ЛР), (час)		
курсовой проект (работа) (КП, КР), (час)		
экзамен, (час)		
Самостоятельная работа , всего (час)	57	57
Вид промежуточной аттестации: зачет, дифф. зачет, экзамен (Зачет, Дифф. зач, Экз.**)	Зачет	Зачет

Примечание: ** кандидатский экзамен

4. Содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости дисциплины по разделам и видам занятий.

Разделы, темы дисциплины и их трудоемкость приведены в таблице 3.

Таблица 3 – Разделы, темы дисциплины, их трудоемкость

Разделы, темы дисциплины	Лекции (час)	ПЗ (СЗ) (час)	ЛР (час)	КП (час)	СРС (час)
Семестр 1					
Тема 1. Информационная работа специалиста по рекламе и связям с общественностью в условиях современного общества	2	4	-	-	8
Тема 2. Особенности работы в рамках диджитализации рекламной и PR-деятельности	2	4	-	-	8
Тема 3. Каналы электронной коммуникации	2	4	-	-	8
Тема 4. Сферы деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в Интернет-среде	2	4	-	-	8
Тема 5. Сайт как базовая технология рекламной и PR-деятельности в Интернете	3	6	-	-	8
Тема 6. Социальные сети как рекламная и PR-технология	3	6	-	-	8
Тема 7. Организация работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в интернет-пространстве	3	6	-	-	9
Итого в семестре:	17	34	-	-	57
Итого	17	34	0	0	57

Практическая подготовка заключается в непосредственном выполнении обучающимися определенных трудовых функций, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Содержание разделов и тем лекционных занятий.

Содержание разделов и тем лекционных занятий приведено в таблице 4.

Таблица 4 – Содержание разделов и тем лекционного цикла

Номер раздела	Название и содержание разделов и тем лекционных занятий
1	Тема 1. Информационная работа специалиста по рекламе и связям с общественностью в условиях современного общества Значение информации в развитии современного информационного общества, опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, требования

	информационной безопасности. Основные тенденции виртуализации общества.
1	<p>Тема 2. Особенности работы в рамках дигитализации рекламной и PR-деятельности</p> <p>Цели и задачи дигитализации рекламной и PR-деятельности. Специфика процесса конвергенции в рамках дигитализации рекламных и PR-технологий. Демассификация рекламы. Работа с целевыми аудиториями с применением цифровых технологий. Эффективные digital-каналы взаимодействия с целевыми аудиториями. Совершенствование структуры бизнес-процессов в условиях дигитализации.</p>
1	<p>Тема 3. Каналы электронной коммуникации</p> <p>Устная, документная и электронная коммуникация. Понятие электронной коммуникации. Функции электронной коммуникации. Этапы становления электронной коммуникации. М. Маклюэн об электронной коммуникации и коммуникационной революции. Понятие «глобальной деревни». Каналы электронной коммуникации в интернете: понятие и виды. Понятие и виды базовых информационных технологий. Технологии защиты информации. Понятие поисковой системы. Принципы поиска поисковых систем. Содержание и назначение рейтингов и счетчиков. Виды рейтингов и счетчиков.</p>
1	<p>Тема 4. Сферы деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в Интернет-среде</p> <p>Основные сферы деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в Интернете: создание рекламного продукта, имиджа, взаимодействие с целевыми аудиториями. Интернет-брендинг. Интернет-маркетинг. Интернет-консалтинг. Разработка и ведение интернет-проектов. Разработка концепций корпоративных сайтов, виртуальных музеев, интернет-магазинов, интернет-аукционов и др. электронных площадок. Виртуальный офис как атрибут имиджа организации. Структура разделов виртуального офиса. Анализ функций и возможностей виртуального офиса.</p>
1	<p>Тема 5. Сайт как базовая технология рекламной и PR-деятельности в Интернете</p> <p>Понятие и виды сайтов. Этапы создания сайта. Структура сайта: обязательные и дополнительные разделы. Назначение сайта. Цели сайта. Методы оптимизации сайта. Типовые угрозы продвижению интернет-сайтов. Методы их заблаговременного выявления и противодействия.</p>
1	<p>Тема 6. Социальные сети как рекламная и PR-технология</p> <p>Сетевой подход для специалиста по рекламе и связям с общественностью. Сущность и функция социальных медиаресурсов. Виды социальных сетей. Принципы и механизм работы социальной сети. Исследование социальных сетей. Анализ аудитории разных социальных сетей. Социальные сети и мессенджеры: технологии и специфика аудитории.</p>
1	<p>Тема 7. Организация работы специалиста по рекламе и связям с общественностью в интернет-пространстве</p> <p>Этапы работы. Предпроектное исследование. Анализ поисковых запросов. Выявление ядра поисковых запросов. Проектирование структуры интернет-ресурса. Методы распределения ответственности исполнителей. Методы контроля интернет-технологий в исследованиях, планировании и анализе эффективности профессиональной деятельности в сфере коммуникаций.</p>

4.3. Практические (семинарские) занятия

Темы практических занятий и их трудоемкость приведены в таблице 5.

Таблица 5 – Практические занятия и их трудоемкость

№ п/п	Темы практических занятий	Формы практических занятий	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Семестр 1					
1	Особенности восприятия информации современными потребителями	Групповая дискуссия	2	-	1
2	Каналы коммуникации с целевыми аудиториями в интернете	Групповая дискуссия	2	-	1
3	Эффект «информационной перегрузки» потребителей	Групповая дискуссия	2	-	1
4	Специфика процесса конвергенции в рамках дигитализации рекламных и PR-технологий	Индивидуальное практическое задание	2	-	1
5	Совершенствование структуры бизнес-процессов в условиях дигитализации	Индивидуальное практическое задание	2	-	1
6	Функции электронной коммуникации	Групповая дискуссия	2	-	1
7	М. Маклюэн об электронной коммуникации и коммуникационной революции. Понятие «глобальной деревни»	Групповая дискуссия	2	-	1
8	Разработка и ведение интернет-проектов	Индивидуальное практическое задание	2	-	1
9	Анализ функций и возможностей виртуального офиса	Групповая дискуссия	2	-	1
10	Структура сайта: обязательные и	Индивидуальное практическое	2	-	1

	дополнительные разделы	задание			
11	Особенности создания фирменного стиля сайта PR-специалистом	Групповая дискуссия	4	-	1
12	Принципы и механизм работы социальной сети	Групповая дискуссия	2	-	1
13	Социальные сети и мессенджеры: технологии и специфика аудитории	Групповая дискуссия	2	-	1
14	Анализ поисковых запросов	Групповая дискуссия	2	-	1
15	Офисное программное обеспечение для мобильных устройств	Групповая дискуссия	2	-	1
16	Методы контроля интернет-технологий	Групповая дискуссия	2	-	1
Всего			34	-	

4.4. Лабораторные занятия

Темы лабораторных занятий и их трудоемкость приведены в таблице 6.

Таблица 6 – Лабораторные занятия и их трудоемкость

№ п/п	Наименование лабораторных работ	Трудоемкость, (час)	Из них практической подготовки, (час)	№ раздела дисциплины
Учебным планом не предусмотрено				
Всего				

4.5. Курсовое проектирование/ выполнение курсовой работы

Учебным планом не предусмотрено

4.6. Самостоятельная работа обучающихся

Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость приведены в таблице 7.

Таблица 7 – Виды самостоятельной работы и ее трудоемкость

Вид самостоятельной работы	Всего, час	Семестр 1, час
1	2	3
Изучение теоретического материала дисциплины (ТО)	37	37
Курсовое проектирование (КП, КР)	-	-

Расчетно-графические задания (РГЗ)	-	-
Выполнение реферата (Р)	-	-
Подготовка к текущему контролю успеваемости (ТКУ)	5	5
Домашнее задание (ДЗ)	10	10
Контрольные работы заочников (КРЗ)	-	-
Подготовка к промежуточной аттестации (ПА)	5	5
Всего:	57	57

5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся указаны в п.п. 7-11.

6. Перечень печатных и электронных учебных изданий
Перечень печатных и электронных учебных изданий приведен в таблице 8.
Таблица 8– Перечень печатных и электронных учебных изданий

Шифр/ URL адрес	Библиографическая ссылка	Количество экземпляров в библиотеке (кроме электронных экземпляров)
URL: https://znanium.com/catalog/product/1234413	Петрова, И. В. Цифровые технологии как инструмент финансового контроля : учебное пособие для магистратуры / Л.Л. Арзуманова, О.В. Болтинова, И.В. Петрова ; под ред. Л.Л. Арзумановой. — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2021. — 104 с. — DOI 10.12737/1234412. - ISBN 978-5-00156-155-2.	
URL: https://znanium.com/catalog/product/1222514	Цифровизация: практические рекомендации по переводу бизнеса на цифровые технологии. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 252 с. - ISBN 978-5-9614-2849-0.	
URL: https://znanium.com/catalog/product/1449659	Теория и практика развития предпринимательства: современные концепции, цифровые технологии и эффективная система. Часть 2 : материалы VI Международного научного конгресса 24-25 мая 2018 года. г. Москва, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации / под науч. ред. д.э.н., проф. А. В. Шарковой, к.ю.н., доц. О. Н. Васильевой. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К ^о », 2020. - 140 с. - ISBN 978-5-394-03178-6.	
URL:	Развитие предпринимательства: концепции,	

https://znanium.com/catalog/product/1232454	цифровые технологии, эффективная система : монография / под ред. М. А. Эскиндарова. - 2-е изд.. - Москва : Дашков и К, 2020. - 605 с. - ISBN 978-5-394-03821-1.	
---	---	--

7. Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины приведен в таблице 9.

Таблица 9 – Перечень электронных образовательных ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

URL адрес	Наименование
http://lib.aanet.ru/	Электронные ресурсы ГУАП
https://e.lanbook.com/	ЭБС «Лань»
http://znanium.com/	ЭБС «ZNANIUM»

8. Перечень информационных технологий

8.1. Перечень программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине.

Перечень используемого программного обеспечения представлен в таблице 10.

Таблица 10– Перечень программного обеспечения

№ п/п	Наименование
1	Microsoft Windows, Microsoft Office

8.2. Перечень информационно-справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень используемых информационно-справочных систем представлен в таблице 11.

Таблица 11– Перечень информационно-справочных систем

№ п/п	Наименование
1	ЭБС ZNANIUM

9. Материально-техническая база

Состав материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине, представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Состав материально-технической базы

№ п/п	Наименование составной части материально-технической базы	Номер аудитории (при необходимости)
1	Учебная аудитории для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).	
2	Учебная аудитории для проведения занятий семинарского типа - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими	

	для представления учебной информации.	
3	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации	
4	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации - укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации.	

10. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

10.1. Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине приведен в таблице 13.

Таблица 13 – Состав оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Перечень оценочных средств
Зачет	Список вопросов

10.2. В качестве критериев оценки уровня сформированности (освоения) компетенций обучающимися применяется 5-балльная шкала оценки сформированности компетенций, которая приведена в таблице 14. В течение семестра может использоваться 100-балльная шкала модульно-рейтинговой системы Университета, правила использования которой, установлены соответствующим локальным нормативным актом ГУАП.

Таблица 14 – Критерии оценки уровня сформированности компетенций

Оценка компетенции 5-балльная шкала	Характеристика сформированных компетенций
«отлично» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся глубоко и всесторонне усвоил программный материал; – уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; – опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью направления; – умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; – делает выводы и обобщения; – свободно владеет системой специализированных понятий.
«хорошо» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; – не допускает существенных неточностей; – увязывает усвоенные знания с практической деятельностью направления; – аргументирует научные положения; – делает выводы и обобщения; – владеет системой специализированных понятий.
«удовлетворительно» «зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; – допускает несущественные ошибки и неточности; – испытывает затруднения в практическом применении знаний направления; – слабо аргументирует научные положения; – затрудняется в формулировании выводов и обобщений; – частично владеет системой специализированных понятий.

Оценка компетенции	Характеристика сформированных компетенций
5-балльная шкала	
«неудовлетворительно» «не зачтено»	<ul style="list-style-type: none"> – обучающийся не усвоил значительной части программного материала; – допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в конкретном направлении; – испытывает трудности в практическом применении знаний; – не может аргументировать научные положения; – не формулирует выводов и обобщений.

10.3. Типовые контрольные задания или иные материалы.

Вопросы (задачи) для экзамена представлены в таблице 15.

Таблица 15 – Вопросы (задачи) для экзамена

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для экзамена	Код индикатора
	Учебным планом не предусмотрено	

Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Вопросы (задачи) для зачета / дифф. зачета

№ п/п	Перечень вопросов (задач) для зачета / дифф. зачета	Код индикатора
1.	Основные характеристики деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в digital-сфере.	УК-1.3.2 УК-1.У.1
2.	Анализ основных характеристик аудитории российского сегмента сети	УК-1.У.1 УК-3.3.2
3.	Устная, документная и электронная коммуникация.	УК-2.3.2
4.	Функции электронной коммуникации.	УК-3.3.2
5.	М. Маклюэн об электронной коммуникации и коммуникационной революции.	УК-3.3.2
6.	Каналы электронной коммуникации в интернете: понятие и виды.	ОПК-1.3.1
7.	Этапы создания и поддержания сайта.	ОПК-2.В.1
8.	Проблемы и тенденции развития Интернета в России и в мире.	ОПК-3.3.1
9.	Структура сайта. Классификация сайтов.	ОПК-6.3.1
10.	Методы оптимизации сайта.	ОПК-6.У.1
11.	Понятие поисковой системы. Принципы поиска поисковых систем.	ОПК-6.В.1
12.	Содержание и назначение рейтингов и счетчиков. Виды рейтингов и счетчиков.	ОПК-7.3.1 ОПК-2.В.1
13.	Содержание и сущность E-mail marketing.	ОПК-7.У.1
14.	Виды E-mail marketing и их характеристика.	ОПК-7.В.1
15.	Эффективность технологии E-mail marketing.	УК-1.3.2
16.	Использование сетевых ресурсов в крупных коммуникационных проектах.	УК-1.У.1 ОПК-2.В.1
17.	Социальные сети: понятие и типовая структура.	УК-2.3.2
18.	Особенности работы PR-специалиста в социальных сетях.	УК-3.3.2
19.	Виды SMM-технологий.	УК-3.В.2
20.	Коммуникативные характеристики социальных сетей.	ОПК-1.3.1
21.	Методы первоначального привлечения посетителей на web-сайт.	ОПК-2.В.1
22.	Общественное мнение в Интернете: особенности функционирования и развития.	ОПК-3.3.1 ОПК-2.В.1
23.	Каналы коммуникации с целевыми аудиториями.	ОПК-6.3.1
24.	Применение компьютерных и информационных технологий в связях с общественностью.	ОПК-6.У.1 ОПК-2.В.1

25.	Методы обеспечения безопасности в сети Интернет.	ОПК-6.В.1
26.	Понятие и виды электронной коммерции.	ОПК-7.3.1
27.	Функции и возможности виртуального офиса.	ОПК-7.У.1
28.	Формирование ценовой политики. Интернет-аукционы.	ОПК-7.В.1
29.	Структура управления взаимоотношениями с целевыми аудиториями в Интернете.	УК-1.3.2 УК-1.У.1
30.	Принципы построения сети Интернет.	УК-1.У.1
31.	Коммуникативная политика в Интернете.	УК-2.3.2
32.	Сайт как основа системы коммуникаций в Интернете.	УК-3.3.2
33.	Классификация сайтов.	УК-3.В.2
34.	Интернет-магазины: виды и формы.	ОПК-1.3.1
35.	Создание логотипа для сайта.	ОПК-2.В.1
36.	Разработка проекта сайта.	ОПК-3.3.1

Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы представлены в таблице 17.

Таблица 17 – Перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы

№ п/п	Примерный перечень тем для курсового проектирования/выполнения курсовой работы
	Учебным планом не предусмотрено

Вопросы для проведения промежуточной аттестации в виде тестирования представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Примерный перечень вопросов для тестов

№ п/п	Примерный перечень вопросов для тестов	Код индикатора
	Не предусмотрено	

Перечень тем контрольных работ по дисциплине обучающихся заочной формы обучения, представлены в таблице 19.

Таблица 19 – Перечень контрольных работ

№ п/п	Перечень контрольных работ
	Не предусмотрено

10.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов, характеризующих этапы формирования компетенций, содержатся в локальных нормативных актах ГУАП, регламентирующих порядок и процедуру проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ГУАП.

11. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

11.1. Методические указания для обучающихся по освоению лекционного материала

Основное назначение лекционного материала – логически стройное, системное, глубокое и ясное изложение учебного материала. Назначение современной лекции в рамках дисциплины не в том, чтобы получить всю информацию по теме, а в освоении фундаментальных проблем дисциплины, методов научного познания, новейших достижений научной мысли. В учебном процессе лекция выполняет методологическую, организационную и информационную функции. Лекция раскрывает понятийный аппарат

конкретной области знания, её проблемы, дает цельное представление о дисциплине, показывает взаимосвязь с другими дисциплинами.

Планируемые результаты при освоении обучающимися лекционного материала:

- получение современных, целостных, взаимосвязанных знаний, уровень которых определяется целевой установкой к каждой конкретной теме;
- получение опыта творческой работы совместно с преподавателем;
- развитие профессионально-деловых качеств, любви к предмету и самостоятельного творческого мышления.
- появление необходимого интереса, необходимого для самостоятельной работы;
- получение знаний о современном уровне развития науки и техники и о прогнозе их развития на ближайшие годы;
- научиться методически обрабатывать материал (выделять главные мысли и положения, приходить к конкретным выводам, повторять их в различных формулировках);
- получение точного понимания всех необходимых терминов и понятий.

Лекционный материал может сопровождаться демонстрацией слайдов и использованием раздаточного материала при проведении коротких дискуссий об особенностях применения отдельных тематик по дисциплине.

11.2. Методические указания для обучающихся по участию в семинарах

Основной целью для обучающегося является систематизация и обобщение знаний по изучаемой теме, разделу, формирование умения работать с дополнительными источниками информации, сопоставлять и сравнивать точки зрения, конспектировать прочитанное, высказывать свою точку зрения и т.п. В соответствии с ведущей дидактической целью содержанием семинарских занятий являются узловые, наиболее трудные для понимания и усвоения темы, разделы дисциплины. Спецификой данной формы занятий является совместная работа преподавателя и обучающегося над решением поставленной проблемы, а поиск верного ответа строится на основе чередования индивидуальной и коллективной деятельности.

При подготовке к семинарскому занятию по теме прослушанной лекции необходимо ознакомиться с планом его проведения, с литературой и научными публикациями по теме семинара.

11.3. Методические указания для обучающихся по прохождению практических занятий

Практическое занятие является одной из основных форм организации учебного процесса, заключающаяся в выполнении обучающимися под руководством преподавателя комплекса учебных заданий с целью усвоения научно-теоретических основ учебной дисциплины, приобретения умений и навыков, опыта творческой деятельности.

Целью практического занятия для обучающегося является привитие обучающимся умений и навыков практической деятельности по изучаемой дисциплине.

Планируемые результаты при освоении обучающимся практических занятий:

- закрепление, углубление, расширение и детализация знаний при решении конкретных задач;
- развитие познавательных способностей, самостоятельности мышления, творческой активности;
- овладение новыми методами и методиками изучения конкретной учебной дисциплины;
- выработка способности логического осмысления полученных знаний для выполнения заданий;
- обеспечение рационального сочетания коллективной и индивидуальной форм обучения.

Требования к проведению практических занятий

Практическая работа студента должна быть полностью самостоятельна, лишена некорректных заимствований. В учебных дискуссиях все должны демонстрировать уважительное отношение друг к другу, критиковать только содержание высказываний без перехода на личности. В деловых играх каждый участник стремится не отклоняться от заданной роли и достигать поставленного результата в честной борьбе.

11.4. Методические указания для обучающихся по прохождению текущего контроля успеваемости.

Текущий контроль успеваемости предусматривает контроль качества знаний обучающихся, осуществляемого в течение семестра с целью оценивания хода освоения дисциплины.

Контроль текущей успеваемости осуществляется преподавателем посредством оценивания основных компонентов учебного процесса: мотивации студента, его активности при решении практических задач, своевременное прохождение контрольных мероприятий, степень усвоения им теоретических знаний самостоятельно, уровень овладения практическими умениями и навыками во всех видах учебной деятельности, его способность к самостоятельной исследовательской работе.

11.5. Методические указания для обучающихся по прохождению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся предусматривает оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине. Она включает в себя:

– зачет – это форма оценки знаний, полученных обучающимся в ходе изучения учебной дисциплины в целом или промежуточная (по окончании семестра) оценка знаний обучающимся по отдельным разделам дисциплины с аттестационной оценкой «зачтено» или «не зачтено». Зачет по дисциплине проводится в устной форме. Вопросы к зачету представлены в таблице 16 данной РПД.

Система оценок при проведении промежуточной аттестации осуществляется в соответствии с требованиями Положений «О текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГУАП, обучающихся по программам высшего образования».

Лист внесения изменений в рабочую программу дисциплины

Дата внесения изменений и дополнений. Подпись внесшего изменения	Содержание изменений и дополнений	Дата и № протокола заседания кафедры	Подпись зав. кафедрой