

Частное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры рекламы и
связей с общественностью
Протокол № 10 от 30.05.2023 г.

Первый проректор
С.В. Авдашкевич
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.В.ДВ.02.02 Теория и практика информационно-аналитической работы в системе массовых коммуникаций
Направление подготовки:	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль):	Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная, очно-заочная
Разработчики:	Кандидат педагогических наук, доцент Юмашева И. А.

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель освоения дисциплины:

Освоение основополагающих знаний в области системы функционирования современных массовых коммуникаций, освоение роли рекламы в структуре МК, формирование умений планирования и использования различных информационных каналов в качестве носителей рекламы.

Задачи дисциплины:

Формирование у студентов базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления информационно-аналитической работы (ИАР) с материалами СМИ и других открытых источников;

Развитие интереса к информационной и аналитической работе и творческого подхода при ее выполнении;

Формирование знаний и умений использования современного инструментария проведения информационно-аналитической работы;

Формирование у учащихся навыков создания и редактирования информационно-аналитических текстов;

Формирование у учащихся навыков статистической обработки текстовой информации и визуализации полученных результатов.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя этапы ее решения, действия по решению задачи.	Наименование категории (группы) компетенций: «Системное и критическое мышление»
	УК-1.2 Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи.	
	УК-1.3 Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности.	
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения.	Наименование категории (группы) компетенций: «Разработка и реализация проектов»
	УК-2.2 Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ.	
	УК-2.3 Владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах.	
УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-10.1 Знает об основных направлениях государственной политики в области противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции; международно-правовые основы противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции; организационные основы противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции.	Наименование категории (группы) компетенций: «Гражданская позиция»

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
	<p>УК-10.2 Умеет выявлять признаки экстремистской и террористической деятельности, коррупционного поведения; анализировать действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с экстремизмом, терроризмом, коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики экстремистской и террористической деятельности, коррупции.</p> <p>УК-10.3 Способен осуществлять социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры, соблюдать правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционного поведения.</p>	
<p>ПК-5 Способен принимать участие в планировании, подготовке и проведении маркетинговых исследований, комплексных коммуникационных кампаний и отдельных специальных мероприятий в системе массовых коммуникаций, включая подготовку проектной документации</p>	<p>ПК-5.1 Знает гражданское законодательство в сфере рекламы и PR, маркетинговые технологии, основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации, принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.</p> <p>ПК-5.2 Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для поиска информации с использованием современных методов обработки и редактирования материала, в том числе применяет методы и технологии анализа большого информационного объема.</p> <p>ПК-5.3 Осуществляет поиск статистической и аналитической информации, включая информацию по тематике сайта, узнаваемости продвигаемой продукции, анализирует на основе полученных данных эффективность продвижения СМИ и ситуацию на рынке массовых коммуникаций.</p> <p>ПК-5.4 Готовит проектную документацию на проведение коммуникационных кампаний в системе массовых коммуникаций, в том числе разрабатывает систему показателей эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ.</p> <p>ПК-5.5 Контролирует выполнение договоров, принимает результаты проведения маркетинговых исследований и коммуникационных кампаний, необходимых для анализа ситуации на рынке массовых коммуникаций.</p>	<p>06.009 Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»</p>

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя этапы ее решения, действия по решению задачи.</p>	<p>содержание коммуникативного процесса и его составляющие; специфику функций отдельных средств массовых коммуникаций; виды массовых коммуникаций; основополагающие понятия, термины и категории медиапланирования.</p>

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи.	оценивать отбор носителей рекламы; составлять медиаплан и выполнить оценку его эффективности; обобщать и анализировать маркетинговую информацию;
УК-1.3. Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности.	Навыками организации, проведения маркетинговых исследований и обработки их результатов; способностью участвовать в проведении маркетинговых исследований в области рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью;
УК-2.1. Знает необходимые для осуществления профессиональной деятельности правовые нормы и методологические основы принятия управленческого решения.	Основы рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности; цели, принципы, функции, объекты, средства и методы маркетинговых исследований, их классификацию по разным основаниям; современные методики и техники, применяемые для проведения маркетинговых исследований; виды и источники маркетинговой информации, содержание и последовательность этапов маркетинговых исследований; методы маркетинговых исследований; особенности исследования внутренней и внешней среды маркетинга; сущность и содержание процессов маркетинговых исследований, его принципы; факторы, определяющие выбор методов исследования; методы изучения поведения потребителей; методы изучения рынков.
УК-2.2. Умеет анализировать альтернативные варианты решений для достижения намеченных результатов; разрабатывать план, определять целевые этапы и основные направления работ.	оценивать отбор носителей рекламы; составлять медиаплан и выполнить оценку его эффективности; обобщать и анализировать маркетинговую информацию; демонстрировать способность к постановке целей и выбора методов маркетинговых исследований; определять показатели и параметры рынка; проводить конкурентный и отраслевой анализы, выявлять тенденции спроса и предложения; анализировать поведение потребителей; применять методы оценки и анализа внутренней и внешней среды маркетинга; проводить оценку элементов комплекса маркетинга и разрабатывать рекомендации по формированию стратегии маркетинга; осуществлять сбор и обработку маркетинговой информации; организовать и проводить маркетинговые исследования с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей; ориентироваться в сложностях рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности в профессиональной сфере; организовать и проводить маркетинговые исследования с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей
УК-2.3. Владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки продолжительности и стоимости проекта, а также потребности в ресурсах.	навыками планирования рекламной кампании; навыками формирования медиамикса в соответствии с финансовыми возможностями организации; современными технологиями и методами организации и поддерживать связи с деловыми партнерами, используя системы сбора необходимой информации для расширения внешних связей и обмена опытом при реализации проектов, направленных на развитие организации.

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-10.1. Знает об основных направлениях государственной политики в области противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции; международно-правовые основы противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции; организационные основы противодействия экстремистской деятельности, терроризму, коррупции.	Знает цели, задачи, инструменты и эффекты политики государства и их влияние. Знает действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности; способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней.
УК-10.2. Умеет выявлять признаки экстремистской и террористической деятельности, коррупционного поведения; анализировать действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с экстремизмом, терроризмом, коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики экстремистской и террористической деятельности, коррупции.	Умеет воспринимать действующие правовые нормы, анализировать информацию, направленную на противодействие и профилактику коррупции, экстремистской и террористической деятельности.
УК-10.3. Способен осуществлять социальную и профессиональную деятельность на основе развитого правосознания и сформированной правовой культуры, соблюдать правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционного поведения.	Владеет навыками и методами сбора, систематизации, анализа информации, необходимой для принятия обоснованных решений в сфере рекламы и связей с общественностью. Владеет навыками взаимодействия в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции, экстремизму и терроризму.
ПК-5.1. Знает гражданское законодательство в сфере рекламы и PR, маркетинговые технологии, основные способы сбора, обра-ботки, анализа и наглядного представления информации, принципы построения и оценки обратной связи с потребителя-ми продукции СМИ, корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность, а также правила охраны труда, про-изводственной санитарии и пожарной безопасности.	положительные и отрицательные стороны всех методов социологического исследования; особенности проведения социологических исследований в сфере связей с общественностью; совокупность понятий коммуникации и маркетинга.
ПК-5.2. Применяет современные информационно-коммуникационные технологии для поиска информации с использованием совре-менных методов обработки и редактирования материала, в том числе применяет методы и технологии анализа большого информационного объема.	пользоваться основными социологическими понятиями, программными средствами обработки данных социологических исследований; применять теоретические социологические концепции для создания научных объяснений в исследованиях средств массовых коммуникаций; анализировать количественные данные, полученные с результате социологических исследований средств массовой коммуникации; анализировать функционирование организации в области рекламы и PR.
ПК-5.3. Осуществляет поиск статистической и аналитической инфор-мации, включая информацию по тематике сайта, узнаваемости продвигаемой продукции, анализирует на основе полученных данных эффективность продвижения СМИ и ситуацию на рынке массовых коммуникаций.	навыками организации, проведения маркетинговых исследований и обработки их результатов; способностью участвовать в проведении маркетинговых исследований в области рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью; навыками анализа и обобщения первичной информации; навыками анализа и обобщения вторичной информации; навыками составления отчета по маркетинговым исследованиям и прогнозирования показателей конъюнктуры рынка; навыками презентации результатов маркетинговых исследований в зависимости от направления и метода; навыками анализа факторов, влияющих на формирование товарной, ассортиментной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политик; навыками планирования и формирования бюджета маркетинговых исследований.

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-5.4. Готовит проектную документацию на проведение коммуникационных кампаний в системе массовых коммуникаций, в том числе разрабатывает систему показателей эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ.	организацией и проведением научных исследований в области PR, рекламы, политического маркетинга; компьютерными методами обработки и хранения информации, в т.ч. навыками использования специализированных математических программы по обработке социологической информации.
ПК-5.5. Контролирует выполнение договоров, принимает результаты проведения маркетинговых исследований и коммуникационных кампаний, необходимых для анализа ситуации на рынке массовых коммуникаций.	методикой разработки планов коммуникационных кампаний и мероприятий; навыками оценки основных параметров профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью (базисные и технологические субъекты, объекты, цели и средства).

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-5.1 УК-1.1 УК-10.1 УК-2.1	ПК-5.2 УК-1.2 УК-10.2 УК-2.2	ПК-5.3 ПК-5.4 ПК-5.5 УК-1.3 УК-10.3 УК-2.3
1	Информационно-аналитическая работа (ИАР) в информационном обществе. Актуальные проблемы, возникающие при работе с информацией	УК-1 УК-2 ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
2	Содержание информационно-аналитической работы	УК-1 УК-2 ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
3	Поиск информации - общие подходы	УК-1 УК-2 УК-10 ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №2 (20)
4	Работа с основными элементами информации: выделение и анализ фактов, мнений, авторской позиции	УК-1 УК-2 ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №2 (20)
5	ИАР в коммуникационной сфере	УК-1 УК-2 ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
6	Статистическая обработка результатов ИАР. Медиа-статистика как упрощенный вариант контент-анализа материалов СМИ	УК-1 УК-2 ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
Количество баллов (100 баллов):			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Тема 1: Информационно-аналитическая работа (ИАР) в информационном обществе. Актуальные проблемы, возникающие при работе с информацией</p> <p>Введение. Цели и задачи курса. Определение информационно-аналитической работы (ИАР). ИАР в системе прикладных учебных дисциплин гуманитарного цикла – особенности преподавания. Прикладной характер дисциплины. Методологические источники ИАР (логика, психология, социология, политология, экономика, история, право и пр.) и смежные дисциплины (теория коммуникаций, информационный консалтинг, управленческое консультирование, конкурентная разведка, документооборот и пр.).</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Роль информации в мире. Современное информационное общество. Основные черты и особенности (виды информации, каналы распространения, целевые аудитории и пр.). Типология и видовые различия информации в современном мире - направленная информация, доведенная информация, дезинформация и пр. Основные требования к информации. Примерная классификация общественно- значимой информации.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 2: Содержание информационно-аналитической работы Планирование ИАР. Оценка потребности в информации, определение приоритетов и ресурсных ограничений, постановка задачи, реализация, контроль исполнения. Методика ИАР. Цели, задачи, объекты и предмет исследования. Основные технологии аналитической работы. Процесс ИАР: общие методы поиска, отбора и обработки информации. Организационно-кадровые принципы ИАР</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Методика ИАР. Цели, задачи, объекты и предмет исследования. Основные технологии аналитической работы. Процесс ИАР: общие методы поиска, отбора и обработки информации. Организационно-кадровые принципы ИАР</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 3: Поиск информации - общие подходы Особенности поиска и обработки документальной, социологической, статистической, количественной и визуальной информации. Основы организации работы по сбору и анализу информации. Практика и особенности ведения ИАР в госструктурах, бизнесе, общественных, научных и некоммерческих организациях.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Основы организации работы по сбору и анализу информации. Практика и особенности ведения ИАР в госструктурах, бизнесе, общественных, научных и некоммерческих организациях. Особенности сбора и анализа информации, направленную на противодействие и профилактику коррупции, экстремистской и террористической деятельности.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 4: Работа с основными элементами информации: выделение и анализ фактов, мнений, авторской позиции Базовые приемы ИАР. Применение логических законов и правил (тождества, непротиворечия, исключенного третьего, достаточного основания и пр., дедукция и индукция, аргументирование и пр.) Применение ключевых методов: Контент-анализ, ситуационный анализ, социологические исследования, медийный анализ, SWOT-анализ, «мозговой штурм», «ситуационный анализ» и пр.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Базовые приемы ИАР. Применение логических законов и правил (тождества, непротиворечия, исключенного третьего, достаточного основания и пр., дедукция и индукция, аргументирование и пр.) Применение ключевых методов: Контент-анализ, ситуационный анализ, социологические исследования, медийный анализ, SWOT-анализ, «мозговой штурм», «ситуационный анализ» и пр.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 5: ИАР в коммуникационной сфере Актуальные вопросы применения ИАР в PR, IR, PA, маркетинге и рекламе – «шашечки и/или ехать». Сферы применения. Цели и задачи. Оргструктура. Инструменты. Применяемые приемы и методы. Алгоритмы и последовательности работы. Планирование. Предоставление результатов.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Практика ИАР в коммуникационной отрасли. Сферы применения: текущий мониторинг и аналитика, комплексный коммуникационный аудит, поддержка тендерных предложений, экспресс-аналитика рынков, разработка стратегий PR-продвижения, антикризисное реагирование, измерение результатов PR-деятельности, аналитический отчет и пр. Базовые приемы и методы работы.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 6: Статистическая обработка результатов ИАР. Медиа-статистика как упрощенный вариант контент-анализа материалов СМИ Статистические методы в применении к массиву информации. Этапы статистического анализа СМИ. Инструменты статистического анализа СМИ. Презентация примеров результатов статистического анализа материалов СМИ под различные задачи и цели.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Общие подходы к составлению аналитических отчетов. План составления типового отчета. Правила интерпретации визуально-графического представления результатов исследования.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Курсовая работа: не предусмотрено учебным планом</p>

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) "Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.В.ДВ.02.02 Теория и практика информационно-аналитической работы в системе массовых коммуникаций

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 8
Аудиторные занятия (АЗ):	36	36
Лекционные занятия (Лек)	12	12
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	24	24
Самостоятельная работа студента (СР)	65	65
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	65	65
Контроль самостоятельной работы (КСР)	7	7
Контактная работа (КоР)	43	43
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Информационно-аналитическая работа (ИАР) в информационном обществе. Актуальные проблемы, возникающие при работе с информацией	8	2	4	0	10	4
2	Содержание информационно-аналитической работы	8	2	4	0	11	4
3	Поиск информации - общие подходы	8	2	4	0	11	4
4	Работа с основными элементами информации: выделение и анализ фактов, мнений, авторской позиции	8	2	4	0	11	4
5	ИАР в коммуникационной сфере	8	2	4	0	11	4
6	Статистическая обработка результатов ИАР. Медиа-статистика как упрощенный вариант контент-анализа материалов СМИ	8	2	4	0	11	4
Итого:			12	24	0	65	24

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 9
Аудиторные занятия (АЗ):	8	8
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	4	4
Самостоятельная работа студента (СР)	91	91
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	91	91
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Контактная работа (КоР)	13	13
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	4	4
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Информационно-аналитическая работа (ИАР) в информационном обществе. Актуальные проблемы, возникающие при работе с информацией	9	2	0	0	15	4
2	Содержание информационно-аналитической работы	9	0	2	0	15	4
3	Поиск информации - общие подходы	9	0	0	0	15	4
4	Работа с основными элементами информации: выделение и анализ фактов, мнений, авторской позиции	9	0	0	0	15	4
5	ИАР в коммуникационной сфере	9	2	0	0	15	4
6	Статистическая обработка результатов ИАР. Медиа-статистика как упрощенный вариант контент-анализа материалов СМИ	9	0	2	0	16	4
		Итого:	4	4	0	91	24

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 9
Аудиторные занятия (АЗ):	36	36
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	18	18
Самостоятельная работа студента (СР)	69	69
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	69	69
Контроль самостоятельной работы (КСР)	3	3
Контактная работа (КоР)	39	39
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Информационно-аналитическая работа (ИАР) в информационном обществе. Актуальные проблемы, возникающие при работе с информацией	9	2	2	0	11	4
2	Содержание информационно-аналитической работы	9	4	2	0	11	4
3	Поиск информации - общие подходы	9	2	2	0	11	4
4	Работа с основными элементами информации: выделение и анализ фактов, мнений, авторской позиции	9	2	4	0	12	4
5	ИАР в коммуникационной сфере	9	4	4	0	12	4
6	Статистическая обработка результатов ИАР. Медиа-статистика как упрощенный вариант контент-анализа материалов СМИ	9	4	4	0	12	4
		Итого:	18	18	0	69	24

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

1. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ. Учебник и практикум для вузов / Под общ. ред. Карповой С. В. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2022 г. - 367 с. - ISBN 978-5-534-02476-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/informacionnye-tehnologii-v-marketinge-489042>

2. ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА ЛИЧНОСТИ В 2 Ч. ЧАСТЬ 1 2-е изд. Учебное пособие для вузов / Гендина Н. И., Косолапова Е. В., Рябцева Л. Н. ; под науч. ред. Гендиной Н.И. - Кемеровский государственный институт культуры (г. Кемерово), 2022 г. - 356 с. - ISBN 978-5-534-14328-7 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/informacionnaya-kultura-lichnosti-v-2-ch-chast-1-496984>

3. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ 2-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для вузов / Карасев А. П. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2022 г. - 315 с. - ISBN 978-5-534-05189-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketingovye-issledovaniya-i-situacionnyy-analiz-489480>

Дополнительная литература:

1. ИНФОРМАЦИОННЫЙ БИЗНЕС 4-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Фомин В. И. - Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет ЛЭТИ имени В.И. Ульянова (Ленина) (г. Санкт-Петербург), 2022 г. - 251 с. - ISBN 978-5-534-14388-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/informacionnyy-biznes-493253>

2. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ. Учебное пособие для вузов / Кожевникова Г. П., Одинцов Б. Е. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2022 г. - 444 с. - ISBN 978-5-534-07447-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/informacionnye-sistemy-i-tehnologii-v-marketinge-489534>

3. ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА ЛИЧНОСТИ В 2 Ч. ЧАСТЬ 2 2-е изд. Учебное пособие для вузов / Гендина Н. И., Косолапова Е. В., Рябцева Л. Н. ; под науч. ред. Гендиной Н.И. - Кемеровский государственный институт культуры (г. Кемерово), 2022 г. - 308 с. - ISBN 978-5-534-14419-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/informacionnaya-kultura-lichnosti-v-2-ch-chast-2-497004>

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный

2. Электронно-библиотечная система СПБУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный

3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный

4. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: agch.neicon.ru. - Текст: электронный

6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный

7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный

8. [it-world.ru](https://www.it-world.ru) [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.it-world.ru>. - Текст: электронный

9. Connect: IT-технологии : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://www.connect-wit.ru/>. - Текст: электронный

10. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>. - Текст: электронный

11. Sostav: реклама, маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.sostav.ru>. - Текст: электронный

12. [AdIndex.ru](https://adindex.ru): реклама и маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://adindex.ru>. - Текст: электронный

13. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://digital.gov.ru>. - Текст: электронный

14. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://rkn.gov.ru>. - Текст: электронный

15. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям: профессиональная база данных . - Режим доступа: <http://archive.government.ru/power/66/>. - Текст: электронный

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному порталу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройствами), программным обеспечением; рабочее место

обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета imeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

3. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет					
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100	
	F	Fx	E	D	C	B	A	
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный	

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично	
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100	
	F	Fx	E	D	C	B	A	
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный	

9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

Доклад, сообщение/Реферат № 1

1. Планирование ИАР.
2. Оценка потребности в информации, определение приоритетов и ресурсных ограничений,

постановка задачи, реализация, контроль исполнения.

3. Методика ИАР. Цели, задачи, объекты и предмет исследования.

4. Информационные технологии в противодействии коррупции.

5. Способы выявления признаков экстремизма и терроризма в текстах СМИ, в сети Интернет, митинговой речи, наглядной агитации, в аудио-, видео- и текстовых информационных материалах.

6. Социальная реклама и другие аудиовизуальные средства предупреждения населения об угрозе терактов и опасности экстремизма

Доклад, сообщение/Реферат № 2

1. Основные технологии аналитической работы.
2. Процесс ИАР: общие методы поиска, отбора и обработки информации.
3. Организационно-кадровые принципы ИАР

Собеседование, опрос/Контрольная работа № 1

1. Что есть информационно-аналитическая работа?
2. На чем должен сосредоточить внимание аналитик при рассмотрении новостей?
3. Охарактеризуйте современный информационно-аналитический рынок.
4. Содержание информационной работы.
5. Содержание аналитической работы.
6. В чем состоит анализ собранных материалов?
7. Основные этапы информационно-аналитической работы.

Собеседование, опрос/ Контрольная работа № 2

1. Особенности поиска и обработки документальной, социологической, статистической, количественной и визуальной информации.
2. Основы организации работы по сбору и анализу информации.
3. Практика и особенности ведения ИАР в госструктурах, бизнесе, общественных, научных и некоммерческих организациях.

Задание творческого уровня № 1

Работа с текстом – интерпретация и уточнение фактов

Прочитайте приведенный далее текст

1. Президиум фракции единороссов решил вчера затормозить принятие законопроекта о капремонте многоквартирных домов и провести в среду специальное совещание.
2. Законопроект, предусматривающий создание системы финансирования капремонта, был внесен в апреле в Госдуму группой депутатов и принят в первом чтении 8 июня.
3. По проекту оплачивать ремонт должны собственники квартир, перечисляя деньги в специальные фонды. Софинансировать их будут регионы и муниципалитеты. Накопления жильцов домов, не требующих ремонта, будут перебрасываться на ремонт старых.
4. Размер платежа установят муниципальные власти, максимальный размер - региональные: платеж может и на 100% покрывать затраты на капремонт. ТСЖ вправе выйти из системы, но тогда дом может остаться без софинансирования капремонта со стороны государства.
5. Согласно примерному плану работы Думы во втором чтении документ должен был рассматриваться в эту пятницу, но в повестку включен не был. Проект серьезно критиковался, объясняет человек, близкий к руководству «Единой России», возможно, он будет кардинально изменен, как - пока неясно.
6. По данным Фонда ЖКХ, площадь многоквартирного фонда - 2,8 млрд. кв. м, большая его часть нуждается в ремонте. Новая система позволит не откладывать ремонт домов, находящихся в плохом состоянии, говорит федеральный чиновник.

(по материалам газеты «Ведомости»)

Выполните задание

1. Укажите порядковые номера двух абзацев, в которых приводятся факты, подтверждающие предположение о том, что жильцы будут вынуждены оплачивать капремонт не только своих, но и чужих домов (если законопроект будет принят).
2. Прочитайте соответствующие предложения.

Задание творческого уровня № 2

Работа с поисковыми запросами – перевод с языка Яндекс.

Новости на язык Public.ru Прочитайте приведенный далее запрос для поисковой системы Яндекс.Новости ((такси | таксист | извозчик | бомбила | перевозчик) /15 (нелегал | нелегально | незаконно | незаконный | нарушение | правонарушение) /15 (ДТП | авария | наезд | столкновение | нападение | происшествие | сбит | сбивать)) && (пешеход | переход | пострадавший | жертва)

Выполните задание:

- а) Перепишите данный запрос в синтаксисе системы Public.ru. Логика его работы не должна измениться.
- б) Прочитайте приведенное далее описание логики и условий составления поискового запроса

Поисковый запрос должен находить тексты, в которых:

Обязательно есть слова, относящиеся к понятию «Футбол» и на расстоянии не более 30 слов от них (в любом порядке) обязательно есть слова, относящиеся к понятию «Гол или голевой момент».

Кроме того, где-либо в этих же текстах должны обязательно встречаться слова, относящиеся к понятию «Болельщик» и на расстоянии не более 10 слов от них (в любом порядке) – слова, относящиеся к понятию «Эмоции».

Общее число ключевых слов (или словосочетаний, которые считаются за одно ключевое слово) в запросе должно быть не менее 9 единиц.

Выполните задание:

Составьте поисковый запрос в синтаксисе системы Яндекс.Новости Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики Программа дисциплины «Теория и практика информационно-аналитической работы» для направления 42.03.01 "Реклама и связи с общественностью" подготовки бакалавра

— — —

Найдите в Интернет и прочитайте 3 материала из разных источников о предвыборном выступлении Б.Обамы перед Конгрессом США. Напишите краткий реферат (объемом до 2000 знаков), в котором опишите - как каждый из источников характеризует это выступление.

Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1

Примерная тематика практических работ (вопросы) для подготовки краткого SWOT-анализа по общедоступным источникам.

1. SWOT-анализ для пиар-продвижения проекта создания международного финансового центра (МФЦ) в Москве.
2. SWOT-анализ для проекта повышения туристической привлекательности российского региона/ города (выбрать один регион/город).
3. SWOT-анализ для пиар-продвижения бренда (выбрать один: Starbucks, Red Espresso, Costa Coffe, Кофе-Хаус, Шоколадница, Идеальная чашка и пр.) на российском рынке кофеен.
4. SWOT-анализ для пиар-продвижения автомобиля марки (выбрать одну: Ford, Renault, ГАЗ и пр.) на российском рынке LCV – легких коммерческих автомобилей.
5. SWOT-анализ для пиар-продвижения бренда (выбрать один: Michelin, Nokian, Dunlop, Continental и пр.) на российском рынке автопокрышек для легковых автомобилей.
6. SWOT-анализ для выхода компании/ бренда (выбрать один: Wall-Mart, Victoria's Secret,

PayPal и пр.) на российский рынок.

7. SWOT-анализ для позиционирования перехода бренда (выбрать один: Домик в деревне, Nanook и пр.) в более высокую ценовую категорию.

8. SWOT-анализ для проведения в рамках частно-государственного партнерства массовой кампании по продвижению (выбрать одну категорию: потребления молока, повышения финансовой грамотности населения, ответственного употребления пива и/ или крепкого алкоголя, повышения доверия к электронным платежным системам и пр.).

9. SWOT-анализ для проведения пиар-кампании в поддержку инициативы (выбрать одну: введение обязательного страхования жилого фонда, расширения ипотечного кредитования, вступления бизнеса в саморегулируемые организации (СРО) и прочее - допускаются гипотетические инициативы, возможность которых только подразумевается/обсуждается в настоящее время).

Основные этапы работы:

1. Ознакомление с темой/ рынком/положением бренда на рынке
2. Сбор и обработка информации открытых источников
3. Краткий анализ по теме
4. Предоставление аналитических выводов в виде SWOT-анализа.

9.2. Примерный перечень тем курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом

9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: зачет

Примерный перечень теоретических вопросов к зачету

1. Определение ИАР, особенности проведения и технологии ИАР в разных ситуациях, возможные цели и задачи ИАР, типичные ошибки при проведении ИАР.
2. Понятие информации. Значение информации в современном мире. Виды, особенности, каналы распространения информации. Составляющие части информации, особенности их выделения и обработки.
3. Логические законы, применяемые в рамках ИАР и примеры их использования (привести 2-3 примера, доказывающих высокую значимость логики для осуществления ИАР).
4. Аналитические методы, применяемые в ИАР и примеры их использования (привести 2-3 примера).
5. Источники, используемые в рамках ИАР. Особенности работы с разными типами источников.
6. Применение ИАР в конкурентной разведке. Основные виды работ, ключевые особенности ИАР в данной сфере.
7. Применение ИАР в коммуникационной отрасли. Основные виды работ, ключевые особенности ИАР в данной сфере.
8. Применение ИАР в PR-деятельности. Основные виды работ, ключевые особенности ИАР в данной сфере.
9. Применение ИАР в рекламном бизнесе. Основные виды работ, ключевые особенности ИАР в данной сфере.
10. Применение ИАР в маркетинге. Основные виды работ, ключевые особенности ИАР в данной сфере.
11. Особенности ИАР при работе с «новыми медиа». Основные виды работ, ключевые особенности ИАР в данной сфере.
12. Мониторинг СМИ как частный случай ИАР. Особенности организации и проведения мониторинга в разных ситуациях. Виды отчетных работ по итогам мониторинга.
13. Медийная аналитика: медиа-статистика и контент-анализ. Сферы применения. Основные

инструменты. Принципы и методы анализа. Основные Алгоритмы обработки больших массивов информации.

14. Основные жанры аналитических документов. Характеристика особенностей и назначения каждого из жанров.

15. Полнотекстовые базы данных для ИАР: *****, Медиалогия, Фактива. Сходства и различия.

16. Поиск информации с использованием поисковых запросов. Правила составления запроса (булева логика, контекстные операторы). Составление запроса с использованием текстового описания конкретных понятий. Методы проверки качества запроса.

17. Оформление результатов ИАР – основные правила и принципы. Типичные ошибки оформления статистических данных, диаграмм и аналитических текстов.

18. Юридическое обеспечение ИАР. Значение регламентов распространения/ использования информации.

Примерный перечень практических заданий к зачету

Задача 1 Работа с текстом – определение источников информации (текст выдается преподавателем)

Прочитайте приведенный далее текст

Интернет-аукцион eBay открывает представительство в России. Руководить офисом будет экс-гендиректор российского Google Владимир Долгов. Это подтвердили «Ведомостям» сотрудник пресс-службы eBay и представитель Google Алла Забровская. «Долгов был одним из первых сотрудников Google в России. Он возглавлял российское подразделение компании шесть лет: за это время штат вырос с двух человек до ста, Google запустила в России большое количество сервисов и стала активным участником российской интернет-отрасли, сказала Забровская.

Российскому руководству eBay придется вплотную заняться ситуацией с платежами, а также наладить общение с российскими покупателями, говорит совладелец интернет-гипермаркета Wikimart Максим Фалдин. Кроме того, компании придется озаботиться проблемами с доставкой и таможенным оформлением товаров, добавляет он.

Долгов - эффективный менеджер: и Ozon, и Google развивались при нем быстрыми темпами, говорит гендиректор «Ютинет» Михаил Уколов, в eBay его ждет интересная, но очень сложная работа. Россияне до сих пор предпочитают оплачивать товары наличными, а наши банки с трудом возвращают деньги, если товар не понравился. Это значит, что eBay придется либо научиться принимать наличные платежи, либо сервис так и останется ориентированным на нишевую аудиторию. Владимир Долгов проработал в Ozon больше пяти лет, за это время в компании был организован крупный склад в Твери, оптимизирована логистика, открыты новые категории товаров, говорит представитель Ozon. До прихода Долгова Ozon был интернет-магазином медийной продукции, при нем была запущена товарная категория «Электроника», «Игрушки» и проч.

(по материалам газеты «Ведомости»)

Выполните задание:

1 Сколько различных источников анонимных и явных цитируется в приведенном отрывке?

– назовите число.

2 Перечислите все процитированные источники.