

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

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры
информационных технологий и
математики
Протокол № 9 от 25.05.2023 г.

Первый проректор
С.В. Авдашкевич
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.О.32 Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях
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:	Старший преподаватель кафедры Информационных технологий и математики Усольцева Е.Б.

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель освоения дисциплины:

Научить использовать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для реализации задач профессиональной деятельности

Задачи дисциплины:

Изучить основные понятия компьютерных технологий и принципы их взаимодействия;

Научить применять на практике современные технические средства и инфокоммуникационные технологии;

Привить навыки использования современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

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
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1 Знать современные информационные технологии, в том числе принципы их функционирования.	Наименование категории (группы) компетенций: «Технологии»
	ОПК-6.2 Уметь применять современные информационные технологии для получения новых знаний, использовать современные информационные технологии для решения аналитических и исследовательских задач.	
	ОПК-6.3 Владеть навыками использования современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-6.1. Знать современные информационные технологии, в том числе принципы их функционирования.	Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
ОПК-6.2. Уметь применять современные информационные технологии для получения новых знаний, использовать современные информационные технологии для решения аналитических и исследовательских задач.	Умеет организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ОПК-6.3. Владеть навыками использования современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.	Решает стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ОПК-6.1	ОПК-6.2	ОПК-6.3
1	Информация, информационные процессы, информационные каналы	ОПК-6	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)	Задания творческого уровня №1 (20)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ОПК-6.1	ОПК-6.2	ОПК-6.3
2	Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью	ОПК-6	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Коллоквиум/ Проект (групповой проект) №1 (20)	Задания творческого уровня №2 (20)
3	Введение в базы данных (основные термины, определения). Система управления базами данных.	ОПК-6	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Деловая и (или) ролевая игра/Кейс-задача №1 (20)
4	Использование информационных технологий в рекламе и связях с общественностью	ОПК-6	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (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: Информация, информационные процессы, информационные каналы Понятие и разновидности информации. Понятие «информационный канал». Разновидности информационных каналов. Основные преимущества и недостатки каналов передачи рекламной информации (телевидение, радио, печать, интернет, мобайл). Современные тенденции изменения аудиторных характеристик информационных каналов. Отличие традиционных и цифровых коммуникаций. Интернет как основной цифровой канал передачи информации. Понятие «коммуникационная экосистема». Классификация информационных процессов. Понятие цифровой информации. Практические занятия/самостоятельная работа: Использование глобальной сети Интернет. Ресурсы Интернета: поисковые, навигационные и новостные системы; электронная почта; файловый обмен данными; электронные деньги, электронная торговля и электронные платежи; электронная реклама; службы сопровождения Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 2: Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью Сущность понятия «информационные технологии». Классификация информационных технологий. Компьютерные технологии сбора и обработки графических, видео- и аудио файлов. Компьютерные технологии хранения и передачи графической, видео- и аудиоинформации. Мультимедийные технологии представления информации в рекламе и связях с общественностью. Аналоговые и цифровые способы хранения видео- и аудиоинформации Практические занятия/самостоятельная работа: Технология оцифровки видео и звука. Технология покадрового видео. Понятия аудиоряда, видеоряда, текстового потока. Технология сжатия (компрессия) видео- и аудиоинформации. Технологии создания информационного, развлекательного и обучающего видео. Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 3: Введение в базы данных (основные термины, определения). Система управления базами данных. Элементы данных и их свойства. Необходимость централизованного управления данными. Концепция интеграции. Требования к базам данных. Свойства баз данных. Уровни представления баз данных. Концептуальное, логическое и физическое проектирование. Практические занятия/самостоятельная работа: Цели и задачи проектирования. Проектирование реляционной БД. Жизненный цикл информационной системы. Формулирование и анализ требований. Концептуальное проектирование. Понятие сущности и атрибута. Модель «сущность-связь». Логическое проектирование. Проектирование реализации. Физическое проектирование. Физическая организация базы данных. Хешированные, индексированные файлы. Защита баз данных. Целостность и сохранность БД. Создание и модификация БД, поиск, сортировка, индексирование БД, создание форм и отчетов. Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 4: Использование информационных технологий в рекламе и связях с общественностью Компьютерная графика в рекламе. Настольные издательские системы Практические занятия/самостоятельная работа: Использование Gimp для продвижения продуктов. Publisher в рекламе.</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
Лабораторная работа: -
Курсовая работа: не предусмотрено учебным планом

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 3
Аудиторные занятия (АЗ):	36	36
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	18	18
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				СР	Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий					
			Лек	Пр	Лаб			
1	Информация, информационные процессы, информационные каналы	3	4	4	0	16	4	
2	Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью	3	4	4	0	16	4	
3	Введение в базы данных (основные термины, определения). Система управления базами данных.	3	4	4	0	16	4	
4	Использование информационных технологий в рекламе и связях с общественностью	3	6	6	0	17	6	
Итого:			18	18	0	65	18	

* 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 4
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	Информация, информационные процессы, информационные каналы	4	2	0	0	23	4
2	Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью	4	0	2	0	23	4
3	Введение в базы данных (основные термины, определения). Система управления базами данных.	4	2	0	0	23	4
4	Использование информационных технологий в рекламе и связях с общественностью	4	0	2	0	22	6
		Итого:	4	4	0	91	18

* 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 3
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	Информация, информационные процессы, информационные каналы	3	4	4	0	18	4
2	Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью	3	4	4	0	17	4
3	Введение в базы данных (основные термины, определения). Система управления базами данных.	3	4	4	0	17	4
4	Использование информационных технологий в рекламе и связях с общественностью	3	6	6	0	17	6
		Итого:	18	18	0	69	18

* 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. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ. Учебник и практикум для вузов / Лобанова Н. М., Алтухова Н. Ф. - Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), 2022 г. - 237 с. - ISBN 978-5-534-00222-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/effektivnost-informacionnyh-tehnologiy-489364>

2. 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>

3. ОСНОВЫ БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКИ 2-е изд. Учебник и практикум для вузов / Зараменских Е. П. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва), 2022 г. - 470 с. - ISBN 978-5-534-15039-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-biznes-informatiki-486432>

Дополнительная литература:

1. ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ТЕОРИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ В 2 Ч. ЧАСТЬ 1. СТРАТЕГИИ, ЭФФЕКТИВНЫЙ БРЕНДИНГ 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Музыкант В. Л. - Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Москва); Российский университет дружбы народов (г. Москва), 2022 г. - 475 с. - ISBN 978-5-534-14309-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-integrirovannyh-kommunikacij-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-1-strategii-effektivnyy-brening-490280>

2. ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ТЕОРИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ В 2 Ч. ЧАСТЬ 2. SMM, РЫНОК M&A 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Музыкант В. Л. - Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Москва); Российский университет дружбы народов (г. Москва), 2022 г. - 507 с. - ISBN 978-5-534-14314-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-integrirovannyh-kommunikacij-teoriya-i-sovremennye-praktiki-v-2-ch-chast-2-smm-rynok-m-a-490449>

3. ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В МАРКЕТИНГЕ. Учебник для вузов / Душкина М. Р. - Московский государственный психолого-педагогический университет (г. Москва), 2022 г. - 462 с. - ISBN 978-5-534-12811-6 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologii-reklamy-i-svyazey-s-obshchestvennostyu-v-marketinge-496326>

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
6. GIMP
7. Publisher
8. он-лайн видеоредактор clipchamp

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 : 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: arch.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 [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. Компьютерра : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.computerra.ru/>. - Текст: электронный

11. Виртуальный компьютерный музей [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.computer-museum.ru>. - Текст: электронный

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

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

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

15. Math-Net.Ru: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://www.mathnet.ru/>. - 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. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа - практических занятий – компьютерный класс, оборудованный рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; 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

3. 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 portalу 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

4. 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. Реклама внутри мобильных приложений.
2. Как Google реализует подбор контекстной рекламы пользователям
3. «ВКонтакте» заплатит пользователям за внимание к рекламе
4. Автоматизация управления рекламой «ВКонтакте» с помощью сервис R-брокер ВК
5. Видеорекламы в Интернете
6. Крупнейшие рекламодатели Рунета
7. Правила визуального маркетинга в Instagram
8. Механизм баннерной рекламы в Интернете
9. Виды Интернет-маркетинга
10. Блог как рекламная площадка
11. Эффективные рекламные ссылки в рассылках.
12. E-mail рассылка как важнейший маркетинговый инструментальный российский экспортера.
13. Программное обеспечение для маркетологов как зеркало российского маркетинга
14. 5G станет прорывной инновацией для ooh-рекламы
15. Мобильная маркетинговая платформа ADA
16. Нюансы и тонкости продвижения в Youtube
17. Социальные сети для государственных и муниципальных структур
18. Новые алгоритмы работы и тренды социальных сетей
19. Как продвигать бизнес HoReCa в социальных сетях
20. Что такое SERM и SMO и чем они отличаются от SEO
21. Обзор бирж ссылок
22. Продвижение сайта пресс-релизами
23. Вирусная реклама
24. Продвижение в социальной сети "ВКонтакте"
25. Тенденции развития российской и международной рекламной индустрии
26. Электронная торговля как драйвер развития потребительского рынка и его проекция на рекламный рынок
27. Современные тенденции веб-дизайна
28. Веб-сайты применяющие агрессивные рекламные форматы
29. 5 современных приложений искусственного интеллекта в маркетинге и рекламе
30. Как искусственный интеллект влияет на продажи рекламы в медиа-компаниях
31. Сказать «AI Do» искусственному интеллекту в рекламе
32. AI в рекламе: что это такое, как его использовать и компании для демонстрации
33. Реклама с распознаванием лиц: новый способ нацелить рекламу на потребителей
34. Как реклама распознавания лиц становится вашим социальным контрактом
35. Как технология распознавания лиц следует за вами, даже когда вы ходите по магазинам
36. Что такое контент-реклама и стоит ли этим заниматься?
37. Различные типы социальных медиа-платформ для показа рекламы
38. 6 лучших социальных сетей для рекламы в электронной коммерции
39. Реклама в социальных сетях для малого бизнеса
40. Почему мошенническая цифровая реклама продолжает процветать
41. Что такое платформа данных клиента и ее преимущества в цифровом маркетинге?
42. Цифровой маркетинг для поколения Z или Centennials
43. Видео маркетинговые тенденции и преимущества в социальных сетях
44. 5 методов нейромаркетинга для маркетологов
45. Как технология Blockchain встряхивает рекламную индустрию

46. Может ли Blockchain решить проблемы с цифровой рекламой?
47. Каковы преимущества блокчейна в медиа и рекламном пространстве?
48. Может ли Blockchain сделать рекламу более прозрачной и ориентированной на клиента?
49. Блокчейн - игровой чейнджер для интернет-рекламы

Коллоквиум/Проект (групповой проект) №1

1. Что такое модель данных? Назовите основные составляющие модели данных.
2. Какие существуют типы моделей?
3. Приведите классификацию моделей данных.
4. Объясните своими словами суть сетевой модели данных.
5. Какие операции обычно входят во множество операций, допустимых над данными?
6. Объясните суть иерархической модели?
7. Какие существуют типы связей?
8. Объясните своими словами две основные концепции реляционной БД?
9. Объясните, что представляет собой реляционная БД с математической точки зрения?
10. Перечислите 12 основных правил реляционной базы данных?
11. Назовите основные недостатки реляционных БД?
12. Назовите основные свойства любого отношения реляционной БД?
13. Перечислите типы ограничений целостности и дайте им краткое пояснение?
14. Что такое реляционное исчисление? Чем оно отличается от реляционной алгебры?
15. Что называют запросом?
16. Объясните два основных подхода к проектированию реляционной БД?
17. В чём заключается цель нормализации реляционной модели?
18. Перечислите основные нормальные формы и поясните их значение?
19. Перечислите основные этапы жизненного цикла БД?
20. Перечислите основные цели проектирования БД?
21. Что такое концептуальная модель? Чем она отличается от инфологической модели (концептуальной схемы)?
22. Что понимают под даталогической моделью?
23. Объясните своими словами, что такое физическая модель?
24. Что называют семантической моделью?
25. Перечислите основные компоненты концептуальной модели?
26. Дайте понятие объекта?
27. Что такое атрибут? Какой атрибут называется ключевым?
28. Назовите основные характеристики связей? Этапы проектирования баз данных?
29. Роль проектирования данных в жизненном цикле информационных систем?
30. Составные части процесса проектирования данных?
31. Основные требования к разработке пользовательского интерфейса?
32. Какие существуют элементы форм? Свойства объектов и элементов форм?
33. Опишите структуру языка SQL.
34. На какие группы делят операторы языка SQL?
35. Приведите структуру оператора SELECT.
36. Что определяют параметры SELECT, FROM, WHERE?
37. Как сгруппировать данные в запросе?
38. Как отсортировать данные в запросе?

Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1

1. Современные информационные технологии в рекламе.
2. Исследование рекламной аудитории: способы проведения и методы обработки результатов.
3. Возможности современных компьютерных технологий по повышению эффективности

рекламы. Оценка эффективности.

4. Основные направления развития и совершенствования сферы информационного обеспечения рекламной деятельности.
5. Использование технологий баз данных в рекламе.
6. Информационные хранилища и интеллектуальный анализ данных в рекламе.
7. Локальные компьютерные сети и сети intranet как основа внутрикорпоративной рекламной деятельности.
8. Использование в рекламной практике технологий глобальных компьютерных сетей.
9. Рекламные возможности сети Интернет.
10. Реклама по e-mail и в телеконференциях: основные возможности.
11. Рекламная поддержка при создании и продвижении Web-сайта компании.
12. Использование возможностей Web-сайта для ведения рекламной деятельности.
13. Реклама в электронной коммерции.
14. Баннерная реклама в сети Интернет.
15. Роль сетевых рекламных агентств, предоставляемые ими услуги.
16. Основные требования к информационному обеспечению рекламной деятельности.
17. Содержание и функции информации в рекламе.
18. Современные организационные формы и технические средства информационного обеспечения рекламы
19. Использование компьютерно-сетевых технологий для информационного обеспечения рекламной деятельности
20. Основные данные по аппаратному составу и прикладному программному обеспечению современного рабочего места для рекламной работы
21. Локальные вычислительные сети. Развитие локальных сетей, основные особенности их функционирования, их возможности по обеспечению совместной работы и внутрифирменной рекламной деятельности
22. Использование баз данных и в целях информационного обеспечения рекламной деятельности фирмы
23. Электронная почта, почтовые серверы. Списки рассылки, их использование для почтовой рекламы
24. Новостные серверы и серверы телеконференций. Правила подписки и участия в телеконференции. Возможности рекламы в телеконференциях
25. Методы сбора и анализа информации о рекламной аудитории.
26. Современные программы статистической обработки наблюдений
27. Использование программ статистической обработки для выделения целевых групп, поиска взаимосвязей в данных, прогнозирования отклика на рекламные сообщения
28. Средства для рекламной работы в Интернет. Поисковые механизмы, информационные порталы и рекламные информационные службы
29. Рекламная деятельность при создании и продвижении Web-сервера компании
30. Web-сервер как информационная витрина, возможности проведения различных рекламных мероприятий
31. Взаимодействие с клиентом Web-сервера, работа в интерактивном режиме
32. Электронные магазины: изучение покупателей, проверка реакции на различные рекламные мероприятия, побуждение к совершению покупки
33. Сети баннерного обмена, их назначение и принципы функционирования.
34. Какие подходы к определению «мультимедиа» Вы можете назвать?
35. Разделяете ли Вы точку зрения авторов этих подходов?
36. Насколько интенсивно, по Вашему мнению, происходит развитие мультимедийных технологий?
37. Преимущества мультимедийной информации.
38. Составляющие мультимедиа.

39. Мультимедийные ресурсы и средства разработки мультимедиа.
40. Приведите примеры применения мультимедиа в различных областях профессиональной деятельности
41. Приведите примеры применения мультимедиа в различных областях образования.
42. Линейное и структурное представление мультимедиа-информации.
43. Что, по сути, представляет собой мультимедийная система?
44. Каковы составляющие мультимедийной системы?
45. Какие существуют виды прикладных мультимедийных систем?
46. Как можно оценить степень мультимедийности приложения?
47. Что собой представляет мультимедийный продукт?
48. Назовите этапы работы по созданию мультимедийных продуктов
49. Аппаратное обеспечение мультимедиа
50. Какие средства используются для создания графических изображений?
51. Как развивается рынок программных средств мультимедиа?
52. По каким критериям можно классифицировать средства разработки мультимедийных систем? Что представляет собой мультимедийная платформа (фреймворк)?
53. Какие существуют распространенные мультимедийные платформы?

Задание творческого уровня №1

Вариант №1.

Задача №1. Создайте в конструкторе СУБД структуру таблицы «Список туристов», которая содержит поля: Код туриста, ФИО, Серия паспорта, Номер паспорта, Дата выдачи. Заполнить таблицу своими данными. Ввести не менее пяти записей.

Задача №2. Создайте запрос на выборку с помощью конструктора СУБД для таблицы «Список туристов». Выберите все записи, у которых Дата выдачи > 21.12.19

Вариант №2.

Задача №1. Создайте в конструкторе СУБД структуру таблицы «Список помещений», которая содержит поля: Номер кабинета, Площадь кабинета, Количество окон, Количество дверей. Заполнить таблицу своими данными. Ввести не менее пяти записей.

Задача №2. Создайте запрос на выборку с помощью конструктора СУБД для таблицы «Список помещений», Выберите все записи, у которых Площадь кабинета > 20 и Количество окон = 3.

Вариант №3.

Задача №1. Создайте в конструкторе СУБД структуру таблицы «Договора», которая содержит поля: Номер договора, Адрес помещения, ФИО клиента, Паспортные данные клиента, Код номера кабинета, Оплата за месяц, Дата заключения договора, Срок договора. Заполнить таблицу своими данными. Ввести не менее пяти записей.

Задача №2. Создайте запрос на выборку с помощью конструктора СУБД для таблицы «Договора». Выберите все записи, у которых Срок договора = 1.

Вариант №4.

Задача №1. Создайте в конструкторе СУБД структуру таблицы «Оплата за помещение» которая содержит поля: Код записи, Номер договора, ФИО, 91 Номер кабинета, Дата оплаты, Сумма оплаты. Заполнить таблицу своими данными. Ввести не менее пяти записей.

Задача №2. Создайте запрос на выборку с помощью конструктора СУБД для таблицы «Оплата за помещение». Выберите все записи, у которых Сумма оплаты = 0.

Вариант №5.

Задача №1. Создайте в конструкторе СУБД структуру таблицы «Клиенты», которая содержит поля: код записи, Код клиента, ФИО, Адрес, Телефон. Заполнить таблицу своими данными. Ввести не менее пяти записей.

Задача №2. Создайте запрос на выборку с помощью конструктора СУБД для таблицы «Клиенты». Выберите все записи, у которых нет телефона.

Вариант №6.

Задача №1. Создайте в конструкторе СУБД структуру таблицы «Услуги», которая содержит поля: Код услуги, Наименование услуги, Стоимость. Заполнить таблицу своими данными. Ввести не менее пяти записей.

Задача №2. Создайте запрос на выборку с помощью конструктора СУБД для таблицы «Услуги». Выберите все записи, у которых Стоимость > =200.

Вариант №7.

Задача №1. Создайте в конструкторе СУБД структуру таблицы «Оказание услуг» которая содержит поля: Код записи, Код клиента, Код услуги, Дата, Оказание услуги, Стоимость оказанной услуги. Заполнить таблицу своими данными. Ввести не менее пяти записей.

Задача №2. Создайте запрос на выборку с помощью конструктора СУБД для таблицы «Оказание услуг». Выберите все записи, у которых Стоимость оказанной услуги > =150.

Вариант №8.

Задача №1. Создайте в конструкторе СУБД структуру таблицы «Наименование книг», которая содержит поля: Код книги, Название книги, Автор, Год издания, Количество страниц. Заполнить таблицу своими данными. Ввести не менее пяти записей.

Задача №2. Создайте запрос на выборку с помощью конструктора СУБД для таблицы «Наименование книг». Выберите все записи, у которых Количество страниц > =100 и <=300.

Задание творческого уровня №2

Вариант №1. Создайте информационный бюллетень используя инструменты программы Microsoft Publisher.

Вариант №2. Создайте фирменный бланк используя инструменты программы Microsoft Publisher.

Вариант №3. Создайте конверт используя инструменты программы Microsoft Publisher.

Вариант №4. Создайте календарь на год используя инструменты программы Microsoft Publisher.

Вариант №5. Создайте печать используя инструменты программы Microsoft Publisher.

Вариант №6. Создайте рекламный буклет используя инструменты программы Microsoft Publisher.

Вариант №7. Создайте анкету используя инструменты программы Microsoft Publisher.

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

Вы-руководитель фирмы, которая разрабатывает уличную рекламу и хотите автоматизировать делопроизводство своего предприятия с помощью СУБД Access. Для этого необходимо выполнить:

- проектирование базы данных
- создание структуры базы данных
- ввод данных в базу данных

Придумать свою базу данных, состоящую из трех взаимосвязанных таблиц.

1. Указать первичные ключи.
2. Создать схему базы данных.
3. Заполнить. Таблицы.
4. Создать запрос на выборку.
5. Создать форму с помощью Мастера формы.
6. Создать запрос для итогового отчета.
7. Создать командные кнопки.

8. Создать в форме вычисляемые поля.

9. Создать итоговый отчет.

10. Выполнить копирование вашей таблицы в Буфер обмена.

11. Выполнить перенос таблицы в новую базу данных

12. Выполнить редактирование в режиме Конструктора.

13. Выполнить импорт данных из некоторого файла.

По окончанию проектирования и разработке представьте свою работу учредителям компании, для этого создайте презентацию и представьте проект на рассмотрение.

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. Информационная технология (определения)
2. Этапы развития информационных технологий
3. Классификация информационных технологий
4. Информационная система (определения)
5. Классификация информационных систем
6. Этапы цикла разработки информационных систем и их целевая продукция
7. CASE-технология
8. Назначение и область применения CASE-технологии
9. Программные продукты, реализующие возможности CASE-технологии
10. IDEF-диаграмма и ее элементы в программном продукте BPWin
11. Данные, база данных, банк данных
12. Система управления базами данных
13. Виды моделей данных базы данных
14. Структура базы данных
15. Уровни представления данных базы данных, архитектура баз данных
16. Технологии «Файл-сервер» и «Клиент-сервер»
17. Хранилище данных
18. OLAP-технология
19. Назначение и область применения OLAP-технологии
20. Типы решаемых задач с применением OLAP-технологии
21. Типовая архитектура систем многомерного интеллектуального анализа
22. Знания, виды знаний, базы знаний, банки знаний
23. . Свойства систем, основанных на знаниях
24. . Критерии целесообразности решения задач с помощью систем, основанных на знаниях

Примерный перечень практических заданий к зачету

1. ЗАДАЧА: Поступления товаров в заданный отдел в заданном месяце

В результате решения задачи необходимо получить отчет следующего вида

Поступления товаров в (*№ отдела*) отдел в (*номер месяца*) месяце

Наименование и единица измерения товара	Количество поступило	Поступило на сумму

Задача должна быть решена с использованием описания предметной области, ограничений и реквизитного состава документов

2. ЗАДАЧА: Поступления товаров в заданный отдел в заданном квартале
В результате решения задачи необходимо получить отчет следующего вида

Поступления в (*№ отдела*) отдел в (*номер квартала*) квартале

Наименование и единица измерения товара	Количество поступило	Поступило на сумму

Задача должна быть решена с использованием описания предметной области, ограничений и реквизитного состава документов

3. ЗАДАЧА: Поступления товаров от заданного поставщика в заданном месяце
В результате решения задачи необходимо получить отчет следующего вида

Поступления товаров от (*наименование поставщика*)
в (*номер месяца*) месяце

Наименование и единица измерения товара	Количество поступило	Поступило на сумму
Итого:		

Задача должна быть решена с использованием описания предметной области, ограничений и реквизитного состава документов.

4. ЗАДАЧА: Поступления товаров от заданного поставщика в заданном квартале
В результате решения задачи необходимо получить отчет следующего вида

Поступления товаров от (*наименование поставщика*)
в (*номер квартала*) квартале

Наименование и единица измерения товара	Количество поступило	Поступило на сумму
Итого:		

Задача должна быть решена с использованием описания предметной области, ограничений и реквизитного состава документов

5. ЗАДАЧА: Поступления товаров в заданный отдел за заданный период
В результате решения задачи необходимо получить отчет следующего вида

Поступления товаров (*№ отдела*) отдел
до конца (*номер месяца*) месяца

Наименование и единица измерения товара	Количество поступило	Поступило на сумму
Итого:		

Задача должна быть решена с использованием описания предметной области, ограничений и реквизитного состава документов.