

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.30 Информационные технологии в медиасреде
Направление подготовки:	42.03.05 Медиакоммуникации
Направленность (профиль):	Управление медиакоммуникациями
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная
Разработчики:	Кандидат экономических наук, доцент Петрова Е. А.

Санкт-Петербург
2023

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель освоения дисциплины:

Формирование способности планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиа-продуктов, и (или) коммуникационных продуктов; отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

Задачи дисциплины:

Усвоение технологии и типовые модели оценки целевых и промежуточных результатов digital-коммуникаций.;

Изучение основных методов технологий анализа информационного поля;

Овладение навыками планировать, организовывать и координировать процесс создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

Отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

использовать различные технологические платформы для создания медиапродуктов.

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-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типичные эффекты и последствия профессиональной деятельности.	Наименование категории (группы) компетенций: «Эффекты»
	ОПК-7.2 Умеет применять на практике методы и технологии ведения социально ответственной профессиональной деятельности в сфере медиакоммуникаций.	
	ОПК-7.3 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типичные эффекты и последствия профессиональной деятельности.	Знать цеховые принципы социальной ответственности; типовые эффекты, последствия профессиональной деятельности в медиасреде.
ОПК-7.2. Умеет применять на практике методы и технологии ведения социально ответственной профессиональной деятельности в сфере медиакоммуникаций.	Уметь применять методы и технологии ведения профессиональной деятельности в медиасреде, следуя принципам социальной ответственности.
ОПК-7.3. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.	Владеть навыками отбора информации, отбора профессиональных средств и приемов ИТ в медиасреде в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом; учитывать эффекты и последствия профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; Владеть навыками внедрения принципов социальной ответственности в профессиональную деятельность.

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ОПК-7.1	ОПК-7.2	ОПК-7.3
1	Введение	ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)
2	Особенности дифференциации и содержания первичных документов для паблик рилейтеров	ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)
3	Ценностные свойства информации и документов	ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)
4	Вторичные документы и вторичные источники информации	ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20)
5	Формирование базы информирования в фирме	ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20)
6	Информационный маркетинг	ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20)
7	Основные периодические и справочные издания, отражающие информацию по проблемам связей с общественностью и рекламе	ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
8	Пути достижения эффективности неформальных коммуникаций	ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
Количество баллов (100 баллов):			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Тема 1: Введение</p> <p>Цель, задачи, концепции, структура, база изучения курса. Понятие и измерители информационной культуры. Зависимость оценки связей с общественностью и средств массовой коммуникации, формальной и неформальной коммуникации. Взаимосвязь положительного образа фирмы и информированности специалистов в фирме. Сложности обеспечения паблик рилейтеров как специальности, возникшей в нашей стране сравнительно недавно и предполагающей разнообразие функций и отраслевых направлений и особенностей.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Понятие и измерители информационной культуры. Зависимость оценки связей с общественностью и средств массовой коммуникации, формальной и неформальной коммуникации. Взаимосвязь положительного образа фирмы и информированности специалистов в фирме. Сложности обеспечения паблик рилейтеров как специальности, возникшей в нашей стране сравнительно недавно и предполагающей разнообразие функций и отраслевых направлений и особенностей.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 2: Особенности дифференциации и содержания первичных документов для паблик рилейтеров</p> <p>Определение понятия «первичный документ». Дифференциация первичных документов: формы, виды, группы, типы. Селективные функции паблик рилейтера и значимость содержания первичных документов. Важнейшие первичные документы: микродокументы, препринты, переводы, неопубликованные документы. Особенности законодательной, патентной и нормативной информации и их использования паблик рилейтерами</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Определение понятия «первичный документ». Дифференциация первичных документов: формы, виды, группы, типы. Селективные функции паблик рилейтера и значимость содержания первичных документов. Важнейшие первичные документы: микродокументы, препринты, переводы, неопубликованные документы. Особенности законодательной, патентной и нормативной информации и их использования паблик рилейтерами</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 3: Ценностные свойства информации и документов</p> <p>Зависимость селективных функций паблик рилейтеров от ценностной оценки информации в документах. Важнейшие ценностные свойства информации в документах. Объективные и субъективные свойства. Зависимость ценностных свойств от создания, распространения и использования документов. Семантические и прагматические свойства информации и документов. Пути оценки ценностных свойств и измерители (шкала оценок) отдельных ценностных характеристик документов. Изменение ценностных свойств информации в разных документах</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Зависимость селективных функций паблик рилейтеров от ценностной оценки информации в документах. Важнейшие ценностные свойства информации в документах. Объективные и субъективные свойства. Зависимость ценностных свойств от создания, распространения и использования документов. Семантические и прагматические свойства информации и документов. Пути оценки ценностных свойств и измерители (шкала оценок) отдельных ценностных характеристик документов. Изменение ценностных свойств информации в разных документах</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 4: Вторичные документы и вторичные источники информации</p> <p>Определение вторичного документа. Дифференциация вторичных документов в зависимости от степени свертывания информации. Современные концепции значимости рефератов и обзоров в условиях служб по связям с общественностью и рекламы и реализации программ приоритетных направлений экономики. Особенности процессов свертывания (отчуждения) информации и требования, предъявляемые к вторичным документам. Методика подготовки и направления использования вторичных документов и источников. Реферат и его функции. Реферат и его функции замены чтения оригинала. Обзор - база для принятия решений в условиях служб по связям с общественностью и рекламы. Определение вторичных источников информации как информационно-поисковых систем. Особенности концентрации информации, комфортности использования и обслуживания. Современные концепции значимости вторичных источников информации для паблик рилейтеров</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Определение вторичного документа. Дифференциация вторичных документов в зависимости от степени свертывания информации. Современные концепции значимости рефератов и обзоров в условиях служб по связям с общественностью и рекламы и реализации программ приоритетных направлений экономики. Особенности процессов свертывания (отчуждения) информации и требования, предъявляемые к вторичным документам. Методика подготовки и направления использования вторичных документов и источников. Реферат и его функции. Реферат и его функции замены чтения оригинала. Обзор - база для принятия решений в условиях служб по связям с общественностью и рекламы. Определение вторичных источников информации как информационно-поисковых систем. Особенности концентрации информации, комфортности использования и обслуживания. Современные концепции значимости вторичных источников информации для паблик рилейтеров.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 5: Формирование базы информирования в фирме</p> <p>Цель, задачи, требования, предъявляемые к базе информирования. Отдельные звенья поискового аппарата в управленческих, рекламных службах и службах по связям с общественностью и рекламе. Структура базы информирования, последовательность создания и рекомендации по их информированию. Экспертная оценка базы информирования во ВНИКИ. Специфика базы информирования в зависимости от выполняемых фирмой функций, организационной структуры, отраслевой и региональной деятельности фирмы. Традиции и нововведения в условиях связей с общественностью.</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа**Практические занятия/самостоятельная работа:**

Цель, задачи, требования, предъявляемые к базе информирования. Отдельные звенья поискового аппарата в управленческих, рекламных службах и службах по связям с общественностью и рекламе. Структура базы информирования, последовательность создания и рекомендации по их информированию. Экспертная оценка базы информирования во ВНИКИ. Специфика базы информирования в зависимости от выполняемых фирмой функций, организационной структуры, отраслевой и региональной деятельности фирмы. Традиции и нововведения в условиях связей с общественностью.

Лабораторная работа: -**Тема 6: Информационный маркетинг**

Информационные продукты и услуги - средство дохода фирмы. Условия получения дохода: качество обработки информации, достоверность оценки, полнота информирования, уровень формирования базы информирования, насыщенность рынка (накопление отечественного и зарубежного опыта), объективная потребность, культура обеспечения и обслуживания, апробация многократным использованием. Номенклатура информационных продуктов и услуг фирмы, подлежащих обмену и продаже. Результаты анализа отечественного и зарубежного опыта и достижений, инноваций, результатов разработок рекламной деятельности. Подготовка и распространение обзорно-концептографических материалов и их ассортимент. Ценообразование информационных продуктов и услуг. Стоимость консультационных и консалтинговых услуг. Деятельность паблик рилейтеров и имиджмейкеров и их услуги в условиях решения современных проблем мировой экономики и PR. Мониторинг новейшей информации в фирме. Полнота, оперативность и комфортность слежения за новейшей информацией - условие деятельности служб по связям с общественностью и рекламе. Особенности слежения за информацией по проблемам связей с общественностью и рекламе оперативного характера в России и за рубежом

Практические занятия/самостоятельная работа:

Информационные продукты и услуги - средство дохода фирмы. Условия получения дохода: качество обработки информации, достоверность оценки, полнота информирования, уровень формирования базы информирования, насыщенность рынка (накопление отечественного и зарубежного опыта), объективная потребность, культура обеспечения и обслуживания, апробация многократным использованием. Номенклатура информационных продуктов и услуг фирмы, подлежащих обмену и продаже. Результаты анализа отечественного и зарубежного опыта и достижений, инноваций, результатов разработок рекламной деятельности. Подготовка и распространение обзорно-концептографических материалов и их ассортимент. Ценообразование информационных продуктов и услуг. Стоимость консультационных и консалтинговых услуг. Деятельность паблик рилейтеров и имиджмейкеров и их услуги в условиях решения современных проблем мировой экономики и PR. Мониторинг новейшей информации в фирме. Полнота, оперативность и комфортность слежения за новейшей информацией - условие деятельности служб по связям с общественностью и рекламе. Особенности слежения за информацией по проблемам связей с общественностью и рекламе оперативного характера в России и за рубежом

Лабораторная работа: -

Тема 7: Основные периодические и справочные издания, отражающие информацию по проблемам связей с общественностью и рекламе

Ценностные особенности слежения за информацией по проблемам медиа оперативного характера. Свойства периодических и справочных изданий для паблик рилейтеров. Выявление журналов, газет, справочников и их особенности. Слежение за их динамикой и оценка профильных и ядерных изданий. Законодательные, нормативные, научно-практические, специальные, рекламные журналы. Специфика поиска сведений о службах связей с общественностью и рекламы, деятельности паблик рилейтеров, деловых предложениях, сотрудничеству, исследованию рынка и т.д. Выбор периодических изданий для подписки в фирме. Просмотр журналов и газет в региональных и отраслевых информационных центрах. Методика анализа и обработки для формирования базы информирования в фирме. Рекомендации по реферированию статей из периодических изданий. Принципы выборочной обработки журнальных и газетных статей в централизованно подготавливаемых библиографических изданиях. Особенности использования ядерных зарубежных журналов паблик рилейтерами. Основные справочные издания, отражающие проблемы рыночной экономики и связей с общественностью, рекламы. Принципы их поиска и комплектования в фирме. Проблемы использования зарубежных справочных изданий и пути слежения в условиях связей с общественностью.

Практические занятия/самостоятельная работа:

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Ценностные особенности слежения за информацией по проблемам медиа оперативного характера. Свойства периодических и справочных изданий для паблик рилейтеров. Выявление журналов, газет, справочников и их особенности. Слежение за их динамикой и оценка профильных и ядерных изданий. Законодательные, нормативные, научно-практические, специальные, рекламные журналы. Специфика поиска сведений о службах связей с общественностью и рекламы, деятельности паблик рилейтеров, деловых предложениях, сотрудничеству, исследованию рынка и т.д. Выбор периодических изданий для подписки в фирме. Просмотр журналов и газет в региональных и отраслевых информационных центрах. Методика анализа и обработки для формирования базы информирования в фирме. Рекомендации по реферированию статей из периодических изданий. Принципы выборочной обработки журнальных и газетных статей в централизованно подготавливаемых библиографических изданиях. Особенности использования ядерных зарубежных журналов паблик рилейтерами. Основные справочные издания, отражающие проблемы рыночной экономики и связей с общественностью, рекламы. Принципы их поиска и комплектования в фирме. Проблемы использования зарубежных справочных изданий и пути слежения в условиях связей с общественностью.</p> <p>Лабораторная работа: -</p> <p>Тема 8: Пути достижения эффективности неформальных коммуникаций Определение и значимость неформальной коммуникации в условиях рыночной экономики. Деловые беседы и переговоры. Рекомендации по информационному обеспечению деловых переговоров. Типовые ошибки проведения деловых переговоров. Требования, предъявляемые к сторонам при проведении переговоров и пути оптимизации переговоров. Участие паблик рилейтеров в переговорах</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Определение и значимость неформальной коммуникации в условиях рыночной экономики. Деловые беседы и переговоры. Рекомендации по информационному обеспечению деловых переговоров. Типовые ошибки проведения деловых переговоров. Требования, предъявляемые к сторонам при проведении переговоров и пути оптимизации переговоров. Участие паблик рилейтеров в переговорах</p> <p>Лабораторная работа: -</p> <p>Курсовая работа: не предусмотрено учебным планом</p>

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 5
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				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Введение	5	2	2	0	9	2
2	Особенности дифференциации и содержания первичных документов для паблик рилейтеров	5	2	2	0	8	2
3	Ценностные свойства информации и документов	5	2	2	0	8	2
4	Вторичные документы и вторичные источники информации	5	2	2	0	8	2
5	Формирование базы информирования в фирме	5	2	2	0	8	2
6	Информационный маркетинг	5	2	2	0	8	2

42.03.05 Медиакоммуникации, направленность (профиль) "Управление медиакоммуникациями"
 Рабочая программа дисциплины
 Дисциплина: Б1.О.30 Информационные технологии в медиасреде
 Форма обучения: очная, заочная
 Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года
 Обновлено на 2023/2024 учебный год

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
7	Основные периодические и справочные издания, отражающие информацию по проблемам связей с общественностью и рекламе	5	2	2	0	8	2
8	Пути достижения эффективности неформальных коммуникаций	5	4	4	0	8	4
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 6
Аудиторные занятия (АЗ):	6	6
Лекционные занятия (Лек)	2	2
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	4	4
Самостоятельная работа студента (СР)	93	93
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	93	93
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Контактная работа (КоР)	11	11
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	Введение	6	2	0	0	12	2
2	Особенности дифференциации и содержания первичных документов для паблик рилейтеров	6	0	0	0	12	2
3	Ценностные свойства информации и документов	6	0	0	0	12	2
4	Вторичные документы и вторичные источники информации	6	0	0	0	12	2
5	Формирование базы информирования в фирме	6	0	0	0	12	2
6	Информационный маркетинг	6	0	2	0	11	2
7	Основные периодические и справочные издания, отражающие информацию по проблемам связей с общественностью и рекламе	6	0	0	0	11	2
8	Пути достижения эффективности неформальных коммуникаций	6	0	2	0	11	4
Итого:			2	4	0	93	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. СИСТЕМА СМИ: ПРОСВЕТИТЕЛЬСТВО И ЖУРНАЛИСТИКА. Учебное пособие для вузов / Страшнов С. Л. - Ивановский государственный университет (г. Иваново)., 2022 г. - 173 с. - ISBN 978-5-534-12557-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sistema-smi-prosvetitelstvo-i-zhurnalistika-496191>

2. ПРАКТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ. Учебное пособие / Мясникова М. А. - Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (г. Екатеринбург)., 2022 г. - 179 с. - ISBN 978-5-9916-9861-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/praktika-professionalnogo-mediaobrazovaniya-492171>

3. 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>

Дополнительная литература:

1. ИНФОРМАТИКА И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 4-е изд., пер. и доп. Учебник для вузов / Гаврилов М. В., Климов В. А. - Саратовская государственная юридическая академия (г. Саратов)., 2022 г. - 383 с. - ISBN 978-5-534-00814-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/informatika-i-informacionnye-tehnologii-488708>

2. ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ТЕОРИЯ И СОВРЕМЕННЫЕ ПРАКТИКИ В 2 Ч. ЧАСТЬ 2. SMM, РЫНОК М&А 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. 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>

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. Movavi Unlimited

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. YOung JOurnalists [Электронный ресурс] : информационная справочная система.. - Режим доступа: <https://yojo.ru>. - Текст: электронный

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

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

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

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

17. 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. 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

4. 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

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. Понятие и измерители информационной культуры.
2. Зависимость оценки связей с общественностью и средств массовой коммуникации, формальной и неформальной коммуникации.
3. Взаимосвязь положительного образа фирмы и информированности специалистов в фирме.
4. Сложности обеспечения публичных рилейтеров как специальности, возникшей в нашей стране сравнительно недавно и предполагающей разнообразие функций и отраслевых направлений и особенностей.

Доклад, сообщение/Реферат №2

1. Определение вторичного документа.
2. Дифференциация вторичных документов в зависимости от степени свертывания информации.
3. Современные концепции значимости рефератов и обзоров в условиях служб по связям с общественностью и рекламы и реализации программ приоритетных направлений экономики.
4. Особенности процессов свертывания (отчуждения) информации и требования, предъявляемые к вторичным документам.
5. Методика подготовки и направления использования вторичных документов и источников. Реферат и его функции. Реферат и его функции замены чтения оригинала.
6. Обзор - база для принятия решений в условиях служб по связям с общественностью и рекламы.
7. Определение вторичных источников информации как информационно-поисковых систем.
8. Особенности концентрации информации, комфортности использования и обслуживания.
9. Современные концепции значимости вторичных источников информации для публичных рилейтеров

Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1

1. Определение понятия «первичный документ».
2. Дифференциация первичных документов: формы, виды, группы, типы.
3. Селективные функции публичного рилейтера и значимость содержания первичных документов.
4. Важнейшие первичные документы: микродокументы, препринты, переводы, неопубликованные документы.
5. Особенности законодательной, патентной и нормативной информации и их использования публичными рилейтерами

Собеседование, опрос/Контрольная работа №2

1. Цель, задачи, требования, предъявляемые к базе информирования.
2. Отдельные звенья поискового аппарата в управленческих, рекламных службах и службах по связям с общественностью и рекламе.
3. Структура базы информирования, последовательность создания и рекомендации по их информированию.
4. Экспертная оценка базы информирования во ВНИКИ.
5. Специфика базы информирования в зависимости от выполняемых фирмой функций, организационной структуры, отраслевой и региональной деятельности фирмы.
6. Традиции и нововведения в условиях связей с общественностью.

Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1

1. Информационные продукты и услуги - средство дохода фирмы.
2. Условия получения дохода: качество обработки информации, достоверность оценки, полнота информирования, уровень формирования базы информирования, насыщенность рынка (накопление отечественного и зарубежного опыта), объективная потребность, культура обеспечения и обслуживания, апробация многократным использованием.
3. Номенклатура информационных продуктов и услуг фирмы, подлежащих обмену и продаже.
4. Результаты анализа отечественного и зарубежного опыта и достижений, инноваций, результатов разработок рекламной деятельности.
5. Подготовка и распространение обзорно-концептографических материалов и их ассортимент.

Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2

1. Ценообразование информационных продуктов и услуг. Стоимость консультационных и консалтинговых услуг.
2. Деятельность паблик рилейтеров и имиджмейкеров и их услуги в условиях решения современных проблем мировой экономики и PR.
3. Мониторинг новейшей информации в фирме. Полнота, оперативность и комфортность слежения за новейшей информацией - условие деятельности служб по связям с общественностью и рекламе.
4. Особенности слежения за информацией по проблемам связей с общественностью и рекламе оперативного характера в России и за рубежом

Задания творческого уровня №1

Крупная российская компания, занимающаяся тяжелой промышленностью, во время кризиса 2009-2010 годов столкнулась с нехваткой капитала и нуждалась в привлечении дополнительных средств.

Европейские финансовые организации отказали компании в кредитовании из-за высокого уровня кредиторской задолженности.

Тогда компания реструктурировала свою задолженность, приняла решение выйти на IPO (Initial Public Offering – публичное размещение ценных бумаг) и разместить пакет своих акций на бирже. Была выбрана биржа в Гонконге. Это было сделано потому, что Гонконг – сравнительно новая площадка, которая заинтересована в новых партнерах, на ней работают профильные инвесторы. Особенностью работы на гонконгской бирже считается то, что все отношения строятся на личном доверии друг к другу глав компаний.

Начав готовиться к IPO, компания столкнулась с тем, что инвесторы на гонконгской бирже ничего не знали о российском рынке и не имели опыта работы с российскими компаниями такого профиля. Информацию о компаниях они черпали из иностранных СМИ, в основном французских и британских, которые были весьма негативно настроены по отношению к российскому рынку.

Задачи:

1. Предложите коммуникационные решения, которые позволят нивелировать негатив по отношению к российской компании в основных источниках информации.
2. Предложите средства коммуникации, которые позволят компании эффективно завершить выход на IPO.
3. Определите, что необходимо сделать, чтобы в период завершения коммуникационной активности компания продолжала формировать позитивное к себе отношения у потенциальных инвесторов

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. Понятие и измерители информационной культуры. Зависимость оценки связей с общественностью и средств массовой коммуникации, формальной и неформальной коммуникации
2. Паблик рилейшнз и паблисити.
3. Маркетинг и паблик рилейшнз.
4. Паблик рилейшнз и пропаганда.
5. Паблицитный капитал в сфере деятельности ПР.
6. Сферы паблик рилейшнз в современной России.
7. Общественность как субъект и объект ПР.
8. Типология групп общественности.
9. Журналисты как ключевая аудитория ПР.
10. Общественное мнение и паблик рилейшнз.
11. ПР и социальная среда организации.
12. Корпоративная культура и паблик рилейшнз.
13. Фирменный стиль организации как цель и результат ПР.
14. Профессиональная культура специалиста ПР.
15. Особенности использования различных СМИ в деятельности специалиста ПР.
16. Технология составления медиаплана.
17. Структура и функции пресс-центра в организации.
18. Виды мониторинга в СМИ.
19. Виды материалов, готовящихся для прессы.
20. Этические нормы, регламентирующие взаимоотношения со СМИ.
21. Сфера и задачи внутриорганизационных коммуникаций.
22. Вербальные внутриорганизационные коммуникации.
23. Невербальные внутриорганизационные коммуникации.
24. Особенности формирования паблисити средствами ПР.
25. Основные этапы формирования имиджа организации.
26. Технология проведения выставок и ярмарок.
27. Организация презентаций.
28. Основные требования к проведению конференций, семинаров.
29. Эффективность прямой почтовой рассылки.
30. Обратная связь при проведении специальных мероприятий в ПР.
31. Виды рабочих документов в деятельности специалиста ПР.
32. Основные типы исследования общественного мнения.

Примерный перечень практических заданий к зачету

Задание 1. Написать текст на выбранную преподавателем тему и проанализировать написанное при помощи представленных ниже индексов

Индекс фога

Выбирается отрывок из 100 слов в середине вашего материала.

100 слов делятся на количество предложений в этом отрывке, чтобы выяснить среднюю длину предложения.

Присчитывается количество слов, состоящих из трех и более слогов, в изучаемом отрывке, не учитывая имена собственные.

2 полученных результата складываются и умножаются на 0,4. Полученное число показывает, каков необходимый образовательный уровень для усвоения данного материала. Люди с высшим образованием способны воспринимать тексты с индексом 16, в то время как большинство любовных романов написаны языком с индексом 7-8. Сложность языка газет, например, составляет около 9-10, что вполне соответствует уровню 8-го класса средней школы.

Формула Флеша

Выбирается отрывок из 100 слов в середине текста.

100 слов делится на количество предложений, чтобы выяснить среднюю длину предложения.

Подсчитывается количество слогов в отрывке и полученный результат делится на 100, чтобы выяснить среднюю длину слова.

Полученные результаты вставляются в следующую формулу. Индекс легкости чтения = $206,835 - (84,6 * * \text{средняя длина слова}) - (1,015 * * \text{средняя длина предложения})$. Полученные данные сравниваются со следующими стандартами:

70-80 = очень легко (любовные романы),

60-65 = стандартно (газеты),

50-55 = интеллектуальный уровень (деловые издания, литературные журналы),

30 и ниже = научный уровень (профессиональная и научная литература).

Задание 2. Разработать digital-стратегию по системе SOSTAC