

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
Кафедра «Экономика, финансы и управление»**

УТВЕРЖДАЮ
Директор Уральского филиала
Финуниверситета



А.А. Якушев
«21» апреля 2021 г.

Лысенко Ю.В.

**ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЕ И КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В
СФЕРЕ PR**

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность программы магистратуры
«Реклама и связи с общественностью»

*Рекомендовано Ученым советом
(протокол № 31 от 20 апреля 2021 г.)*

*Одобрено заседанием кафедры «Экономика, финансы и управление»
(протокол № 11 от 13 апреля 2021 г.)*

Челябинск 2021

Оглавление

1. Наименование дисциплины	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	7
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	7
5.1. Содержание дисциплины	7
5.2. Учебно–тематический план	9
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	10
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	12
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	12
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	14
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	14
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	19
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:.....	20
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	22
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	Ошибка! Закладка не определена.
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	Ошибка! Закладка не определена.

1. Наименование дисциплины

Телекоммуникационные и компьютерные технологии в сфере PR

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этнических норм регулирования	1. Использует в профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.	Знать: особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем. Уметь: использовать в профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира. Владеть: правилами профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.

		<p>2. Учитывает формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня.</p>	<p>Знать: формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы.</p> <p>Уметь: учитывать формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня.</p> <p>Владеть: моделями и технологиями формальных и неформальных институтов экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня.</p>
ОПК-6	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>1. Четко описывает состав и структуру требуемых данных и информации, грамотно реализует процессы их сбора, обработки и интерпретации.</p>	<p>Знать: состав и структуру требуемых данных и информации.</p> <p>Уметь: демонстрировать описывает состав и структуру требуемых данных и информации, грамотно реализует процессы их сбора, обработки и интерпретации.</p> <p>Владеть: описанием состава и структуры требуемых данных и информации, грамотно реализует процессы их сбора, обработки и интерпретации</p>
		<p>2. Обосновывает сущность происходящего, выявляет закономерности, понимает природу вариабельности.</p>	<p>Знать: сущность происходящего, выявляет закономерности.</p> <p>Уметь: обоснованием сущность происходящего, выявляет закономерности, понимает природу вариабельности.</p> <p>Владеть: сущностью происходящего, выявляет закономерности, понимает природу вариабельности.</p>
		<p>3. Формулирует признак классификации, выделяет</p>	<p>Знать: классификации, выделять соответствующие</p>

		<p>соответствующие ему группы однородных «объектов», идентифицирует общие свойства элементов этих групп, оценивает полноту результатов классификации, показывает прикладное назначение классификационных групп .</p>	<p>ему группы однородных «объектов».</p> <p>Уметь: демонстрировать признак классификации, выделяет соответствующие ему группы однородных «объектов», идентифицирует общие свойства элементов этих групп, оценивает полноту результатов классификации, показывает прикладное назначение классификационных групп.</p> <p>Владеть: современными классификациями, выделять соответствующие ему группы однородных «объектов», идентифицирует общие свойства элементов этих групп, оценивает полноту результатов классификации, показывает прикладное назначение классификационных групп.</p>
		<p>4. Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности</p>	<p>Знать: аргументировано формирование собственного суждения и оценки.</p> <p>Уметь: демонстрировать грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности.</p> <p>Владеть: современными методами аргументировано, грамотно, логично, формировать собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности.</p>
		<p>5. Аргументировано и логично представляет свою точку зрения посредством и на основе системного описания.</p>	<p>Знать: свою точку зрения посредством и на основе системного описания.</p> <p>Уметь: аргументировано и логично представлять свою точку зрения посредством и</p>

			на основе системного описания. Владеть: современными методами логично и аргументировано представляет свою точку зрения посредством и на основе системного описания.
ПКП-5	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений	1. Использует знания о правовых нормах действующего законодательства, регулирующих отношения в различных сферах жизнедеятельности.	Знать: правовых нормах действующего законодательства. Уметь: использовать знания о правовых нормах действующего законодательства, регулирующих отношения в различных сферах жизнедеятельности. Владеть: установленными нормами и правилами правовых нормах действующего законодательства, регулирующих отношения в различных сферах жизнедеятельности.
		2. Вырабатывает пути решения конкретной задачи, выбирая оптимальных способ ее реализации, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.	Знать: решения конкретной задачи, выбирая оптимальных способ ее реализации. Уметь: демонстрировать выбор путей решения конкретной задачи, выбирая оптимальных способ ее реализации, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений. Владеть: конкретными задачами и выбором путей решения, выбирая оптимальных способ ее реализации, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к модулю общепрофессиональных дисциплин направления. Изучение дисциплины «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в

сфере PR» базируется на сумме знаний, полученных студентами в процессе обучения в бакалавриате и является базой для последующего изучения предметов «Введение в специальность», «Социология массовых коммуникаций», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» и др.

4. Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Таблица 1

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	3/108	108
<i>Контактная работа - Аудиторные занятия</i>	50	50
<i>Лекции</i>	16	16
<i>Практические и семинарские занятия</i>	34	34
<i>Самостоятельная работа</i>	58	58
Вид текущего контроля	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Общие сведения о применении компьютерных и информационных технологий в связях с общественностью

Роль и место коммуникации в современном информационном обществе. Социальные связи, взаимодействия и отношения. Значение социальных ценностей для организации коммуникаций. Проблема определения коммуникаций. Признаки коммуникации. Коммуникационная теория как поле. Риторический подход к коммуникации Аристотеля. Уровни коммуникации: технологический, идеологический, философский. Виды коммуникаций: массовая, институциональная, межгрупповая, внутригрупповая, межличностная, внутриличностная. Функции коммуникации. Основные характеристики коммуникативного процесса: адресаты и адресанты, источники, кодирование-декодирование, сообщение, коммуникационный канал, средства передачи-приема. Коммуникативные барьеры.

Тема 2. Концепция информационного общества

Информационное общество. Переработка информации. Особенности распространения информации в современном обществе. Проблемы планирования и осуществления государственных и межгосударственных программ по развитию информационных технологии. Аудитория сети Интернет в России и других странах мира.

Тема 3. Современные информационно-коммуникативные технологии.

Определение информационно-коммуникативной технологии. Конструктивные и деструктивные информационно-коммуникативные технологии. PR как информационно-коммуникативная технология. Отличия PR от рекламы, пропаганды, манипуляции сознанием. Многообразие проявлений PR: концепции Э. Бернейса, А. Ли, С. Блэка, Ф. Буари. Американский (Ф. Котлер) и европейский (Ф. Китчен) подходы к PR. PR как вид коммуникативной деятельности. Субъекты и объекты PR. Силы и средства PR. Основные формы реализации PR. Модели PR-деятельности. Результаты коммуникативного воздействия: символический и публицитный капитал.

Информационная война как коммуникативная технология. Определение информационной войны: онтологический, психологический, семантический, знаково-символический подходы. Приемы, методы и способы реализации информационной войны. Силы и средства информационной войны. Негативные последствия реализации коммуникативных технологий.

Тема 4. Инфраструктура телекоммуникационной сферы и особенности рынка телекоммуникационных услуг

Составляющие компоненты сферы телекоммуникаций: телефонные сети общего пользования, Интернет, IP-телефония, сотовая связь, трекинг-связь, радио, телевидение и т.д. Характеристика основных особенностей рынка телекоммуникации, учет которых необходим для работы PR-специалиста. Основные целевые аудитории и их профиль. Основные Интернет-ресурсы. Концепция

социально ответственного бизнеса в приложении к сфере телекоммуникаций. PR-мероприятия, реализуемые коммерческими, некоммерческими и политическими организациями в сети Интернет. Интернет-сайт как основной инструмент коммуникации в сети Интернет. Самостоятельное создание сайта на бесплатных платформах: Wix, Tilda Publishing, uKit. Взаимоотношения телекоммуникационных фирм со СМИ. Отношения СМИ к телекоммуникационной сфере, основные характеристики отраслевых СМИ. Основные трудности взаимоотношений PR-специалистов со СМИ. Особенности формирования информационного повода и подготовки пресс-релизов для СМИ. Проблемы неценовой конкуренции на рынке телекоммуникационных услуг.

Тема 5. Основы Social Media Marketing

SMM как один из основных инструментов маркетинга. Особенности SMM и Социальных сетей в Российском сегменте Интернета. Аудитория Рунета. Проникновение интернета среди разных возрастных групп. Российский рынок Социальных Сетей и зарубежные аналоги SMM бизнес. Мобильные приложения. Таргетинг. Аналитика в SMM. Блогосфера, репутационный менеджмент, персональный брендинг и нестандартные инструменты.

5.2. Учебно–тематический план

Таблица 2

№ п/ п	Наименовани е тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа				Самостоят ельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинар ы, практиче ские занятия	Занятия в интеракт ивных формах		

1.	Тема 1. Общие сведения о применении компьютерных и информационных технологий в связях с общественностью	20	8	2	6	2	12	Опрос, групповая дискуссия
2.	Тема 2. Концепция информационного общества	24	12	4	8	4	12	Опрос, тестирование, групповая дискуссия, решение задач
3.	Тема 3. Современные информационно-коммуникативные технологии.	24	12	4	8	4	12	Тестирование, разбор и анализ конкретных ситуаций, решение задач, опрос
4.	Тема 4. Инфраструктура телекоммуникационной сферы и особенности рынка телекоммуникационных услуг	22	10	4	6	4	12	Тестирование, разбор и анализ конкретных ситуаций, решение задач, опрос
5.	Тема 5. Основы Social Media Marketing	18	8	2	6	2	10	Решение задач, анализ кейсов, групповая дискуссия, разбор и анализ конкретных примеров
	Итого в ч.	108	50	16	34	16	58	зачет
	Итого в %					33%		

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема 1. Общие сведения о применении компьютерных и информационных технологий в связях с общественностью	<p>Значение социальных ценностей для организации коммуникаций.</p> <p>Уровни коммуникации: технологический, идеологический, философский. Виды коммуникаций: массовая, институциональная, межгрупповая, внутригрупповая, межличностная, внутриличностная.</p> <p>Основные характеристики коммуникативного процесса: адресаты и адресанты, источники, кодирование-декодирование, сообщение, коммуникационный канал, средства передачи-приема.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8.1.1-8.1.3, 8.2.4-8.2.7, раздел 9</p>	<p>Семинары, практические занятия.</p> <p>Опрос и групповая дискуссия, заслушивание докладов и их обсуждение.</p>
Тема 2. Концепция информационного общества	<p>Информационное общество. Особенности распространения информации в современном обществе.</p> <p>Проблемы планирования и осуществления государственных и межгосударственных программ по развитию информационных технологий.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8.1.1-8.1.3, 8.2.4-8.2.7, раздел 9</p>	<p>Семинары, практические занятия.</p> <p>Опрос и групповая дискуссия, заслушивание докладов и их обсуждение.</p>
Тема 3. Современные информационно-коммуникативные технологии.	<p>Конструктивные и деструктивные информационно-коммуникативные технологии.</p> <p>PR как информационно-коммуникативная технология. Отличия PR от рекламы, пропаганды, манипуляции сознанием.</p> <p>Основные формы реализации PR. Модели PR-деятельности. Результаты коммуникативного воздействия: символический и паблицитный капитал.</p> <p>Информационная война как коммуникативная технология. Определение информационной войны: онтологический, психологический, семантический, знаково-символический подходы.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8.1.1-8.1.3, 8.2.4-8.2.7, раздел 9</p>	<p>Семинары, практические занятия.</p> <p>Опрос и групповая дискуссия, заслушивание докладов и их обсуждение.</p>

Тема 4. Инфраструктура телекоммуникационной сферы и особенности рынка телекоммуникационных услуг	<p>Составляющие компоненты сферы телекоммуникаций: телефонные сети общего пользования, Интернет, IP-телефония, сотовая связь, трекинг-связь, радио, телевидение и т.д.</p> <p>PR-мероприятия, реализуемые коммерческими, некоммерческими и политическими организациями в сети Интернет.</p> <p>Интернет-сайт как основной инструмент коммуникации в сети Интернет.</p> <p>Самостоятельное создание сайта на бесплатных платформах: Wix, Tilda Publishing, uKit.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8.1.1-8.1.3, 8.2.4-8.2.7, раздел 9</p>	<p>Семинары, практические занятия.</p> <p>Опрос и групповая дискуссия, заслушивание докладов и их обсуждение.</p>
Тема 5. Основы Social Media Marketing	<p>SMM как один из основных инструментов маркетинга.</p> <p>Особенности SMM и Социальных сетей в Российском сегменте Интернета.</p> <p>Российский рынок Социальных Сетей и зарубежные аналоги SMM бизнес.</p> <p>Блогосфера, репутационный менеджмент, персональный брендинг и нестандартные инструменты.</p> <p>Рекомендуемые источники: 8.1.1-8.1.3, 8.2.4-8.2.7, раздел 9</p>	<p>Семинары, практические занятия.</p> <p>Опрос и групповая дискуссия, заслушивание докладов и их обсуждение. Контрольная работа.</p>

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1. Общие сведения о применении компьютерных и информационных технологий в связях с общественностью	<p>Значение социальных ценностей для организации коммуникаций.</p> <p>Уровни коммуникации: технологический, идеологический, философский. Виды коммуникаций: массовая, институциональная, межгрупповая, внутригрупповая, межличностная, внутриличностная.</p> <p>Основные характеристики коммуникативного процесса: адресаты и адресанты, источники, кодирование-декодирование, сообщение, коммуникационный канал, средства передачи-приема.</p>	<p>Работа с учебной и справочной литературой. Подготовка докладов и презентаций по выбранному вопросу с использованием средств мультимедиа.</p>

Тема 2. Концепция информационного общества	Информационное общество. Особенности распространения информации в современном обществе. Проблемы планирования и осуществления государственных и межгосударственных программ по развитию информационных технологии.	Работа с учебной и справочной литературой. Работа с официальными интернет-порталами органов государственной власти Российской Федерации. Изучение нормативных правовых актов, научных публикаций по теме. Подготовка докладов и презентаций по выбранным вопросам с использованием средств мультимедиа.
Тема 3. Современные информационно-коммуникативные технологии.	Конструктивные и деструктивные информационно-коммуникативные технологии. PR как информационно-коммуникативная технология. Отличия PR от рекламы, пропаганды, манипуляции сознанием. Основные формы реализации PR. Модели PR-деятельности. Результаты коммуникативного воздействия: символический и паблицитный капитал. Информационная война как коммуникативная технология. Определение информационной войны: онтологический, психологический, семантический, знаково-символический подходы.	Подготовка к тестированию. Работа с учебной и справочной литературой. Работа с официальными Интернет порталами органов государственной власти Российской Федерации. Изучение научных публикаций по теме и нормативных правовых актов. Подготовка докладов и презентаций по выбранным вопросам с использованием средств мультимедиа.
Тема 4. Инфраструктура телекоммуникационной сферы и особенности рынка телекоммуникационных услуг	Составляющие компоненты сферы телекоммуникаций: телефонные сети общего пользования, Интернет, IP-телефония, сотовая связь, трекинг-связь, радио, телевидение и т.д. PR-мероприятия, реализуемые коммерческими, некоммерческими и политическими организациями в сети Интернет. Интернет-сайт как основной инструмент коммуникации в сети Интернет. Самостоятельное создание сайта на бесплатных платформах: Wix, Tilda Publishing, uKit.	Работа с учебной литературой, с ресурсами сети интернет. Изучение нормативных правовых актов, научных публикаций по теме. Подготовка докладов и презентаций по выбранным вопросам с использованием средств мультимедиа.
Тема 5. Основы Social Media Marketing	SMM как один из основных инструментов маркетинга. Особенности SMM и Социальных сетей в Российском сегменте Интернета. Российский рынок Социальных Сетей и зарубежные аналоги SMM бизнес. Блогосфера, репутационный менеджмент, персональный брендинг и нестандартные инструменты.	Работа с учебной литературой, с ресурсами сети интернет. Изучение нормативных правовых актов, научных публикаций по теме. Подготовка докладов и презентаций по выбранным вопросам с использованием средств мультимедиа.

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерный перечень тем к контрольной работе

1. Раскройте специфику уровней и видов коммуникаций.
2. Дайте характеристику основным элементам коммуникативного процесса.
3. В чем основные особенности концепции глобализации политической коммуникации?
4. Охарактеризуйте основные модели политических коммуникаций.
5. Сформулируйте в чем состоит суть медиатизации политического процесса.
6. Раскройте роль масс-медиа в публичной сфере современной России.
7. Докажите, что сообщение является основой коммуникационного пространства.
8. Покажите особенности политической пропаганды и агитации.
9. Опишите содержание политического имиджмейкинга.
10. Опишите в табличной форме основные черты политической рекламы.
11. Дайте характеристику различных подходов к связям с общественностью.
12. Информационная война как коммуникативная технология.
13. Дайте характеристику воздействия ИКТ на массовое сознание современного общества.
14. Раскройте сущностные признаки и содержательные черты масс-медиа.
15. Дайте общую характеристику средств масс-медиа.
16. Покажите перспективы развития информационно-коммуникативных технологий в России и мире

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости
Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях кафедры «Экономика, финансы и управление».

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2. «Перечень планируемых результатов освоения

образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине».

Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки владений, умений, знаний, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Пример практико-ориентированного задания

Код компетенции	Наименование компетенции	Типовые контрольные задания
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этнических норм регулирования	<p>1. Использует в профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.</p> <p>Задание № 1 В группе из 5 человек разработать PR кампанию реального предприятия в социальных сетях Рунета. Составить план, Распределить обязанности по следующим направлениям:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Провести анализ общего положения фирмы • Описать существующие проблемы фирмы • Провести анализ значимого окружения фирмы • Провести анализ целевой аудитории • Сформулировать общую идею PR кампании • Разработать план PR кампании • Разработать прогноз эффективности PR кампании <p>2. Учитывает формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня.</p> <p>Задание 2. Разработать пресс-релиз для СМИ в случае техногенной аварии на производственном предприятии.</p>
ОПК-6	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>1. Использует цифровые и мобильные коммуникации с целью реализации коммуникационной стратегии</p> <p>Задание 3 Разработать коммуникационную стратегию нового предприятия при помощи цифровых коммуникаций.</p> <p>2. Адаптирует цифровые коммуникации к стратегическим целям.</p> <p>Задание 4 Разработать план коммуникационной политики бренда в электронной торговле.</p>
ПКП-5	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и	<p>1. Работает с необходимым программным обеспечением, офисной техникой, информационно-коммуникативными технологиями для комплексной постановки и решения задач профессиональной деятельности</p> <p>Задание 5 Самостоятельно определить текущее репутационное положение компании, разработать PR-стратегию для решения задачи по привлечению клиентов к недавно открывшемуся бизнесу,</p>

	ограничений	<p>сформировать положительное мнение. Для подготовки ответа использовать информацию глобальных компьютерных сетей. Пресс-релиз PR-стратегии предоставить в электронном виде, оформить при помощи выточенных сформированных графиков и отчетов.</p> <p>2. Работает с информационно-поисковыми системами в сети Интернет и Интеранет, работает с открытыми базами данных.</p> <p>Задание 6 Разработать план поиска в открытых Интернет каналах потенциальных клиентов для привлечения реконструированный фитнес-клуб.</p>
--	-------------	--

Перечень компетенций, с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

№ темы дисциплины	Тематика занятий	Код компетенции	Формы проведения	Конкретизация компетенций (знания, умения, навыки)
Тема 1	Тема 1. Общие сведения о применении компьютерных и информационных технологий в связях с общественностью	ОПК-5 ОПК-6 ПКП-5	Семинары, практические занятия. Опрос и групповая дискуссия, заслушивание докладов и их обсуждение.	Знать: понятие и функции общения. Деловое общение; Уметь: применять понятие и функции общения. Деловое общение
Тема 2	Тема 2. Концепция информационного общества	ОПК-5 ОПК-6 ПКП-5	Семинары, практические занятия. Опрос и групповая дискуссия, заслушивание докладов и их обсуждение.	Знать: коммуникативные стороны общения; Уметь: применять коммуникативные стороны общения;
Тема 3	Тема 3. Современные информационно-коммуникативные технологии.	ОПК-5 ОПК-6 ПКП-5	Семинары, практические занятия. Опрос и групповая дискуссия, заслушивание докладов и их обсуждение.	Знать: интерактивные стороны общения; Уметь: применять интерактивные стороны общения;

			Контрольная работа.	
Тема 4	Тема 4. Инфраструктура телекоммуникационной сферы и особенности рынка телекоммуникационных услуг	ОПК-5 ОПК-6 ПКП-5	Семинары, практические занятия Опрос и групповая дискуссия, заслушивание докладов и их обсуждение.	Знать: понятие конфликтов и стрессов в деловом общении; Уметь: управлять конфликтами и стрессами в деловом общении;
Тема 5	Тема 5. Основы Social Media Marketing	ОПК-5 ОПК-6 ПКП-5	Семинары, практические занятия Опрос и групповая дискуссия, заслушивание докладов и их обсуждение.	Знать: перцептивные стороны общения; Уметь: управлять перцептивными сторонами общения;

4. Шкала оценки сформированных компетенций

Код компетенций	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	Пороговый	Продвинутый	Высокий
	Оценка		
	Зачтено	Зачтено	Зачтено
ОПК-5 ОПК-6 ПКП-5	Семинары	Семинары	Семинары
	Практические занятия	Практические занятия	Практические занятия
	Опрос	Опрос	Опрос
	Решение ситуационных задач	Решение ситуационных задач	Решение ситуационных задач
	Групповая дискуссия	Групповая дискуссия	Групповая дискуссия
	Заслушивание докладов и их обсуждение	Заслушивание докладов и их обсуждение	Заслушивание докладов и их обсуждение
	Контрольная работа	Контрольная работа	Контрольная работа
	Анализ конкретных ситуаций	Анализ конкретных ситуаций	Анализ конкретных ситуаций
		Решение кейсов	Решение кейсов
			Тест

Примерный тест

1. совокупность средств и методов их применения для целенаправленного изменения свойств информации, определяемого содержанием решаемой задачи или проблемы; технология передачи информации от генератора информации к ее потребителю; совокупность средств и методов, позволяющих создавать информационные ресурсы;

технология контроля распространения информации; технология создания информации – это ...

информационная технология

2. Современные тенденции в PR:

- А. переход от 4Р к 4С;**
- Б. переход от 3Р к 3С;
- В. переход от 4С к 4Р;
- Г. переход от 2С к 2Р;
- Д. переход от 2Р к 2С.

3. К какой группе по специализации можно отнести текстовый редактор Microsoft Office?

- А. редактору исходных текстов программ; редактору общего назначения;
- Б. Web-редактору;**
- В. редактору научных документов;
- Г. редактору издательских систем.

4. В каких офисных приложениях поддерживается функция «личного информационного менеджера»?

- А. Microsoft Office 2003, Word Perfect Office 12, Lotus Smart Suite Release 9.8, Star Office 7;
- Б. Microsoft Office 2003, Star Office 7;
- В. Microsoft Office 2003, Word Perfect Office 12, Star Office 7; Microsoft Office 2003, Lotus Smart Suite Release 9.8;
- Г. Microsoft Office 2003, Word Perfect Office 12, Lotus Smart Suite Release 9.8.**

5. Какой из известных тестовых процессоров не поддерживает лингвистические средства русского языка?

- А. Microsoft Word;
- Б. Open Office;
- В. Open Office Writer;
- Г. Word Perfect;
- Д. Star Office Word.**

6. При вводе числа после подтверждения ввода в ячейке оказались символы «решетка». Что это означает?

- А. среди цифр числа оказался пробел; среди цифр числа оказалась буква;
- Б. в этой ячейке имеется циклическая ссылка;
- В. в этой ячейке имеется формула;
- Г. ширины столбца мало для представления числа в данном формате.**

7. Основным элементом компьютерной презентации Power Point является:

- А. файл;
- Б. шаблон;
- В. слайд;**

Г. график;
Д. документ.

8. Растровое изображение представляет собой:

- А. набор линий и точек; набор линий и заливок;
- Б. **прямоугольный массив точек (пикселей);**
- В. произвольный массив точек (пикселей);
- Г. случайный массив точек (пикселей).

9. Разрешение графического изображения определяется:

- А. количеством пикселей по ширине; количеством пикселей по высоте;
- Б. количеством пикселей по диагонали; количеством пикселей, приходящихся на единицу длины;
- В. **количеством пикселей вдоль произвольной линии.**

10. Какая цветовая модель используется для воспроизведения цвета в полиграфии?

- А. RGB;
- Б. **СМΥК;**
- В. CMY;
- Г. Lab;
- Д. HSB.

11. Какой из нижеперечисленных форматов графики позволяет сохранять растровое изображение без сжатия:

- А. tiff;
- Б. jpeg;
- В. **bmp;**
- Г. gif;
- Д. pdf.

12. Графический файловый формат, созданный компанией Microsoft и широко используемый в операционных системах семейства Windows?

- А. **bmp;**
- Б. tiff;
- В. pdf;
- Г. jpeg;
- Д. gif.

13. Наиболее распространенным форматом растровой графики со сжатием с потерей качества является:

- А. gif;
- Б. psd;
- В. pdf;
- Г. **jpeg;**
- Д. bmp.

14. С каким типом графики преимущественно работает пакет CorelDRAW?
векторной графики;

15. Возможно ли импортирование изображения в пакет CorelDRAW напрямую со сканера?

А. да;

Б. да, при условии установки дополнительных программных продуктов Corel;

В. да, только в CorelDRAW 13 версии;

Г. нет;

Д. нет, пакет CorelDRAW не совместим с любыми другими программами.

16. Сфера применения программы CorelDRAW – это:

А. исключительно рисование;

Б. набор текста, его правка и форматирование;

В. работа с изображениями, текстом;

Г. исключительно подготовка презентаций;

Д. работа с аудиофайлами.

Примерный перечень вопросов к зачету

1. Проанализируйте применение Интернет в решении маркетинговых задач бизнеса.

2. Проанализируйте роль и значение интернет-ресурса в маркетинге.
3. Проанализируйте маркетинговые интернет-исследования.
4. Охарактеризуйте веб-аналитику.
5. Проанализируйте конверсии в интернет-маркетинге.
6. Проанализируйте интернет-рекламу и её отличия от традиционной рекламы.
7. Проанализируйте понятие медийная (баннерная) реклама.
8. Охарактеризуйте понятие «контекстная реклама» особенности применения в России.
9. Проанализируйте понятие «геоконтекстная реклама».
10. Проанализируйте понятие «поисковая реклама».
11. Проанализируйте особенности вирусной рекламы в России.
12. Проанализируйте понятие «вирусный маркетинг».
13. Проанализируйте работу с социально-ориентированными сервисами и интернет-сообществами.
14. Поисковая оптимизация (SEO).
15. Охарактеризуйте основные феномены медиавоздействия, с помощью анализа реальных политических событий опишите возможности и ограничения их воплощения.
16. Охарактеризуйте политическую аудиторию как объект ИКТ.
17. Во время самостоятельной работы составьте схему «горячих» и «холодных» средств массовой коммуникации и степени их воздействия на реципиента коммуникации.
18. Покажите перспективы развития информационно-коммуникативных технологий в России и мире.
19. Охарактеризуйте роль коммуникаций в современном информационном обществе.
20. Сформулируйте основные подходы к сущности коммуникации.

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»**

(Финансовый университет)

Кафедра «Экономика, управление и финансы»

Дисциплина «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в сфере PR»

Форма обучения

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

направленность Реклама и связи с общественностью Учебная группа

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №

1 вопрос (15 баллов).

Дайте развернутый ответ на вопрос:

Охарактеризуйте роль коммуникаций в современном информационном обществе.

2 вопрос (20 баллов).

Дайте развернутый ответ на вопрос:

Проанализируйте интернет-рекламу и её отличия от традиционной рекламы.

3 вопрос (25 баллов)

Практико-ориентированное задание:

1. Использует в профессиональной деятельности особенности структуры и функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.

Задание № 1

В группе из 5 человек разработать PR компанию реального предприятия в социальных сетях Рунета. Составить план, Распределить обязанности по следующим направлениям:

- Провести анализ общего положения фирмы
- Описать существующие проблемы фирмы
- Провести анализ значимого окружения фирмы
- Провести анализ целевой аудитории
- Сформулировать общую идею PR кампании
- Разработать план PR кампании
- Разработать прогноз эффективности PR кампании

2. Учитывает формальные и неформальные институты экономической, политической, социальной, культурной сферы, влияющие на регулирование медиакоммуникационных систем разного уровня.

Задание 2. Разработать пресс-релиз для СМИ в случае техногенной аварии на производственном предприятии.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и владений

Приказ от 23.03.2017 №0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете», иные приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

8.1. Основная литература:

1. Информатика для гуманитариев : учебник и практикум для вузов / Г. Е. Кедрова [и др.]. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 653 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/468135>
2. Новожилов, О. П. Информатика : учебник для прикладного

бакалавриата / О. П. Новожилов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 619 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — URL: <https://urait.ru/bcode/406583>

3. Гаврилов, М. В. Информатика и информационные технологии : учебник для вузов / М. В. Гаврилов, В. А. Климов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 383 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/468473>

8.2. Дополнительная литература:

4. Информатика для гуманитариев : учебник и практикум для вузов / Г. Е. Кедрова [и др.]. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 653 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/468135>

5. Марков, А. А. Информатика : учебник для прикладного бакалавриата / О. П. Новожилов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2017. — 619 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — URL: <https://urait.ru/bcode/406583>

6. Чумиков, А.Н. Информатика и информационные технологии : учебник для вузов / А.Н. Чумиков, В. А. Климов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 383 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/468473>

7. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/450115>

8. Куприянов, Д. В. Информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности : учебник и практикум для вузов / Д. В. Куприянов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 255 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/451080>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

1. Материалы по социально-экономическому положению и развитию в России. // <http://www.finansy.ru>

2. Галерея экономистов. // <http://www.ise.openlab.spb.ru/cgi-ise/gallery>

3. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации (Банк России): аналитические материалы. // <http://www.cbr.ru>

4. «Открытая экономика» – экспертный сайт Национального исследовательского университета "Высшая школа экономики" // (www.opec.ru).

5. Официальный сайт министерства экономического развития Российской Федерации. // <http://www.economy.gov.ru>

6. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации. // <http://www.minfin.ru>

7. РосБизнесКонсалтинг (РБК): материалы аналитического и обзорного характера. // <http://www.rbc.ru>

8. Сайт Нуреева Р.М., проф., заведующего кафедрой «Экономическая теория» Финансового университета - <http://rustem-nureev.ru>
9. Сайт Юданова А.Ю., профессора кафедры «Экономическая теория» Финансового университета— <http://www.yudanov.ru>
10. Федеральная служба государственной статистики (ФСГС) России. <http://www.gks.ru/>

Электронные ресурсы БИК

- Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
- Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
- Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
- Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
- Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>
- Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
- Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
- Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
- Электронная библиотека <http://grebennikon.ru>
- Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
- Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>
- Финансовая справочная система «Финансовый директор» <http://www.1fd.ru/>
- Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks <http://link.springer.com/>
- База данных электронной структурированной информации по частным и публичным компаниям России, Украины, Казахстана RUSLANA <https://ruslana.bvdep.com/>
- Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора научных ресурсов ведущих издательств мира <http://search.ebscohost.com>
- Электронные продукты издательства Elsevier. Коллекции: Business, management and Accounting; Economics, Econometrics and Finance <http://www.sciencedirect.com>

- Базы данных научных журналов издательства Emerald (Accounting, Finance & Economics Collection; Business, Management & Strategy Collection) <http://www.emeraldgroupublishing.com/products/collections/>

- Videотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция» <http://eduvideo.online/>

- База данных Business Ebook Subscription на платформе Ebook Central компании ProQuest <https://ebookcentral.proquest.com/lib/faru/home.action>

- Юридическая справочная система «Юрист» <http://www.1jur.ru/>

- JSTOR Arts & Sciences I Collection <http://jstor.org>

- Коллекция научных журналов Oxford University Press <https://academic.oup.com/journals/>

- Информационный ресурс, содержащий информацию о зарегистрированных юридических лицах и индивидуальных предпринимателях («СПАРК») <http://www.spark-interfax.ru>

- Справочная правовая система «Консультант Плюс». <http://www.consultant.ru>

- Научная электронная библиотека КиберЛенинка <https://cyberleninka.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по подготовке докладов и самостоятельной работы

Доклад – это сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме занятия.

Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно методическим требованиям ВУЗа и быть указаны в докладе.

Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания.

Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.

Работа студента бакалавриата над докладом с презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить диспут.

Студент бакалавриата:

- в ходе работы над презентацией доклада, отрабатывает умение ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей.

- в ходе работы по презентации доклада отрабатывает умение самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении.

- обязан подготовить и выступить с докладом в строго отведенное преподавателем время, и в срок.

Докладчики и содокладчики – основные действующие лица. Они во многом определяют содержание, стиль, активность данного занятия. Сложность в том, что докладчики и содокладчики должны знать и уметь очень многое:

- сообщать новую информацию
- использовать технические средства
- знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации (семинара)
- уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы
- четко выполнять установленный регламент: докладчик - 7 мин.;
- содокладчик - 5 мин.; дискуссия - 10 мин
- иметь представление о композиционной структуре доклада.

Необходимо помнить, что выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение.

Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике.

Вступление должно содержать:

- название презентации (доклада);
- сообщение основной идеи;
- современную оценку предмета изложения;
- краткое перечисление рассматриваемых вопросов;
- акцентирование оригинальности подхода.

Вступление должно предусматривать живую интересную форму изложения

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели и заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудиовизуальных и визуальных материалов.

Заключение - краткие выводы и практические рекомендации, излагаются ясно, четко, имеют конкретный характер.

Самостоятельная работа студента бакалавриата является важной частью в рамках данного курса. Самостоятельная работа осуществляется под руководством преподавателя и протекает в форме делового взаимодействия: студент бакалавриата получает непосредственные указания, рекомендации преподавателя об организации самостоятельной деятельности, а преподаватель выполняет функцию управления через учет, контроль и коррекцию ошибочных действий. Содержание самостоятельной работы имеет двуединый характер: с одной стороны, это совокупность учебных и практических заданий, которые должен выполнить студент бакалавриата в процессе обучения - объект его деятельности, с другой стороны, это способ деятельности по выполнению соответствующего учебного теоретического или практического задания. Свое внешнее выражение содержание самостоятельной работы находит во всех организационных формах учебной внеаудиторной деятельности, в ходе самостоятельного выполнения различных заданий. Цель и планирование самостоятельной работы студента бакалавриата определяется

преподавателем.

Собственно, самостоятельная работа студента бакалавриата выполняется в удобные для него часы и представляется преподавателю для проверки. Данный формат предусматривает большую самостоятельность студентов, большую индивидуализацию заданий, наличие консультационных пунктов и ряд психолого-педагогических новаций, касающихся как содержательной части заданий, так и характера консультаций и контроля.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения

- 1) Антивирусная защита ESET NOD32;
- 2) Windows, Microsoft Office.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

- 1) СПС Консультант Плюс (соглашение от 17.01.2003 г. № 24 с последующей пролонгацией)
- 2) Информационно-образовательный портал Финуниверситета:

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Не используется.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Филиал обеспечен учебными аудиториями для проведения учебных занятий, предусмотренных программой магистратуры, оснащенными оборудованием и техническими средствами обучения с Подключением к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Финуниверситета.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно образовательную среду организации.

Филиал обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

- 1) Антивирусная защита ESET NOD32;
- 2) Windows, Microsoft Office;

3) Аналитическая платформа Loginom.