

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования  
**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**  
(Финансовый университет)

**Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса  
Факультет социальных наук и массовых коммуникаций**

Документ подписан усиленной неквалифицированной электронной подписью  
Организация: Финансовый университет при Правительстве РФ  
Утверждено: Проректор по учебной и методической работе Е.А. Каменева  
Сертификат: sjBITicZlQBhyuWe0taZSNKmNKgLunvI  
Дата: 20.03.2025 г.

**Ю. В. Логинова**

**Дата-ориентированные коммуникации**

**Рабочая программа дисциплины**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Образовательная программа:

Реклама и связи с общественностью

Профиль  
Медиаинновации

*Рекомендовано*  
*Факультет социальных наук и массовых коммуникаций*  
*(протокол №52 от 23.04.2025)*

*Одобрено*  
*Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса*  
*(протокол №07 от 19.02.2025)*

**Москва 2025**

## Содержание

| Наименование разделов РПД |                                                                                                                                                                                   | Стр. |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1.                        | Наименование дисциплины                                                                                                                                                           | 5    |
| 2.                        | Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине | 5    |
| 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                                                                                                                                                          | 8    |
| 5.3.                      | Содержание семинаров, практических занятий                                                                                                                                        | 9    |
| 6.                        | Перечень учебно-методического обеспечения для                                                                                                                                     | 11   |

|      |                                                                                                                                                                                     |    |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|      | самостоятельной работы обучающихся по дисциплине                                                                                                                                    |    |
| 6.1. | Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы                                                                     | 11 |
| 6.2. | Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю                                                                                                                  | 12 |
| 7.   | Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине                                                                                            | 14 |
| 8.   | Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины                                                                                          | 20 |
| 9.   | Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины                                                                           | 21 |
| 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 | 22 |

|     |                                                                                                              |    |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|     | справочных систем                                                                                            |    |
| 12. | Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине | 23 |

## 1. Наименование дисциплины

«Дата-ориентированные коммуникации».

## 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

| Код компетенции | Наименование компетенции                                                                                                                                         | Индикатор достижения компетенции                                                                   | Результаты обучения                                                                                                                                                                                                |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПКН-8           | Способность управлять коммуникациям и в цифровой среде, включая социальные медиа и мессенджеры, а также консультировать организации по цифровизации коммуникаций | Использует программное обеспечение для создания сайтов и мобильных приложений.                     | <b>Знать:</b><br>программное обеспечение для создания сайтов и мобильных приложений;<br><b>Уметь:</b><br>использовать программное обеспечение для создания сайтов и мобильных приложений                           |
|                 |                                                                                                                                                                  | Разрабатывает стратегию продвижения в интернет, включая настройку и проведение рекламных кампаний. | <b>Знать:</b><br>стратегии продвижения в интернете, настройки и проведение рекламных кампаний;<br><br><b>Уметь:</b><br>разрабатывать стратегии продвижения в интернете, настраивать и проводить рекламные кампании |
| ПКП-1           | Способность                                                                                                                                                      | Организует                                                                                         | <b>Знать:</b>                                                                                                                                                                                                      |

|  |                                                                                                                                                    |                                                                               |                                                                                                                                                                                              |
|--|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | анализировать и прогнозировать развитие коммуникационных индустрий на основе результатов отраслевых исследований и методов стратегического анализа | информационную систему по мониторингу изменений в коммуникационных индустриях | информационную систему по мониторингу изменений в коммуникационных индустриях;<br><b>Уметь:</b> организовывать информационную систему по мониторингу изменений в коммуникационных индустриях |
|  |                                                                                                                                                    | Анализирует результаты ежегодных отраслевых исследований                      | <b>Знать:</b> результаты ежегодных отраслевых исследований;<br><b>Уметь:</b> анализировать результаты ежегодных отраслевых исследований                                                      |
|  |                                                                                                                                                    | Готовит исследовательский отчет по перспективам развития медиакоммуникаций    | <b>Знать:</b> исследовательскую отчетность по перспективам развития медиакоммуникаций<br><b>Уметь:</b> готовить исследовательский отчет по перспективам развития медиакоммуникаций           |

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Дата-ориентированные коммуникации» относится к «Модулю "Цифровые коммуникации в рекламе"»

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

очно-заочная форма обучения

| <b>Вид учебной работы по дисциплине</b>       | <b>Всего (в з/е и часах)</b> | <b>Семестр 8 (в часах)</b> |
|-----------------------------------------------|------------------------------|----------------------------|
| <b>Общая трудоемкость дисциплины</b>          | <b>3/108</b>                 | <b>108</b>                 |
| <b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b> | <b>16</b>                    | <b>16</b>                  |
| <i>Лекции</i>                                 | 0                            | 0                          |
| <i>Семинары, практические занятия</i>         | 16                           | 16                         |
| <b>Самостоятельная работа</b>                 | 92                           | 92                         |
| 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. Данные в коммуникациях.**

Понятие данных в коммуникациях. Виды данных в коммуникациях. Базы данных и система управления базой данных. Работа с данными. Возникновение и сферы использования больших данных. Классификация больших данных. Методы анализа больших данных. Отличия аналитики больших данных от традиционных методов исследования. Информационная среда компании и особенности технологии ее формирования. Поток информации в компании.

## Тема 2. Аналитическая деятельность в коммуникациях

Отраслевые исследования. Методы стратегического анализа. Медиаизмерения. Информационный аудит и мониторинг. Коммуникационный аудит. Поисковые системы, поисковые медийные системы. Мониторинг социальных сетей. Основные принципы подготовки отчета и презентации результатов исследования. Формы аналитического отчета.

## Тема 3. Управление коммуникациями в цифровой среде.

Разработка стратегии продвижения в сети Интернет. Эффективность PR-работы в социальных сетях. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы и поисковой оптимизации сайтов. Виды и структура веб-сайтов. Проектирование сайта и мобильного приложения. Виды программного обеспечения.

### 5.2. Учебно-тематический план

очно-заочная форма обучения

| № п/п | Наименование тем(разделов) дисциплины | Трудоемкость в часах |                                          |        |                                |                        |
|-------|---------------------------------------|----------------------|------------------------------------------|--------|--------------------------------|------------------------|
|       |                                       | Всего                | Контактная работа -<br>Аудиторная работа |        |                                | Самостоятельная работа |
|       |                                       |                      | Общая, в т.ч.:                           | Лекции | Семинары, практические занятия |                        |
| 1     | Данные в коммуникациях.               | 24                   | 4                                        | 0      | 4                              | 20                     |
| 2     | Аналитическая деятельность в          | 41                   | 6                                        | 0      | 6                              | 35                     |

|   |                                              |     |    |   |    |    |
|---|----------------------------------------------|-----|----|---|----|----|
|   | коммуникациях                                |     |    |   |    |    |
| 3 | Управление коммуникациям и в цифровой среде. | 43  | 6  | 0 | 6  | 37 |
|   | Итого                                        | 108 | 16 | 0 | 16 | 92 |

### 5.3. Содержание семинаров, практических занятий

| Наименование тем (разделов) дисциплины | Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Формы проведения занятий                                                                            |
|----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Данные в коммуникациях.                | <p>Понятие данных в коммуникациях. Виды данных в коммуникациях. Базы данных и система управления базой данных. Работа с данными.</p> <p>Возникновение и сферы использования больших данных.</p> <p>Классификация больших данных.</p> <p>Методы анализа больших данных.</p> <p>Отличия аналитики больших данных от традиционных методов исследования.</p> <p>Информационная среда компании и особенности технологии ее формирования.</p> <p>Потоки информации в компании.</p> <p>Рекомендуемые источники из раздела 8:</p> | <p>Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы.</p> <p>Творческое задание.</p> <p>Анализ кейсов.</p> |

|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                   | 2, 4, 7<br>Рекомендуемые<br>источники из раздела<br>9:<br>все источники                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                      |
| Аналитическая<br>деятельность в<br>коммуникациях  | <p>Отраслевые исследования. Методы стратегического анализа. Медиаизмерения. Информационный аудит и мониторинг. Коммуникационный аудит. Поисковые системы, поисковые медийные системы. Мониторинг социальных сетей. Основные принципы подготовки отчета и презентации результатов исследования. Формы аналитического отчета.</p> <p>Рекомендуемые источники из раздела 8:<br/>1,2,3,5<br/>Рекомендуемые источники из раздела 9:<br/>все источники</p> | <p>Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы.</p> <p>Обзор сервисов для обработки данных.</p> <p>Анализ кейсов.</p> |
| Управление<br>коммуникациями в<br>цифровой среде. | <p>Разработка стратегии продвижения в сети Интернет. Эффективность PR-работы в социальных сетях. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы и поисковой оптимизации сайтов.</p>                                                                                                                                                                                                                                                            | <p>Опрос и дискуссия по учебным вопросам темы.</p> <p>Проектная работа.</p> <p>Анализ кейсов.</p>                    |

|  |                                                                                                                                                                                                                                           |  |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  | <p>Виды и структура веб-сайтов.<br/>Проектирование сайта и мобильного приложения. Виды программного обеспечения.</p> <p>Рекомендуемые источники из раздела 8:<br/>1,5,6,7<br/>Рекомендуемые источники из раздела 9:<br/>все источники</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**

| Наименование тем (разделов) дисциплины | Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение                                                                                                                                                                                                                 | Формы внеаудиторной самостоятельной работы |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| Данные в коммуникациях.                | Методы анализа данных. Основы статистического анализа, корреляционный и регрессионный анализ, кластерный анализ, алгоритмы машинного обучения. Инструменты и технологии для работы с данными. Архитектура системы управления базой данных. Жизненный цикл информационных | Творческое задание. Анализ кейсов.         |

|                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                     |
|---------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                             | систем.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                     |
| Аналитическая деятельность в коммуникациях  | Исследовательский потенциал применения сервисов поисковых систем. Интернет-сервисы автоматизированной идентификации и загрузки интернет-контента. Интернет-сервисы автоматизированной аналитики цифровых сообществ и аккаунтов                                                                                                | Обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме. Проектная работа. Анализ кейсов. |
| Управление коммуникациями в цифровой среде. | Юзабилити сайта. Дизайн сайта. Навигационное меню. Вёрстка сайта. Виды мобильного контента. Сетевые посредники мобильного контента. Современный рынок мобильного контента. Многоплатформенные сервисы и магазины мобильного контента. Разработка под заказ приложений для мобильных устройств. Мобильный маркетинг и реклама. | Обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме. Творческое задание.              |

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

1. Использование популярных инструментов для анализа данных в коммуникациях (Python).
2. Использование популярных инструментов для анализа данных в коммуникациях ( R ).
3. Использование популярных инструментов для анализа данных в коммуникациях ( SQL ).
4. Использование популярных инструментов для анализа данных в коммуникациях ( Power BI ).

5. Использование популярных инструментов для анализа данных в коммуникациях ( Tableau ).
6. Модели жизненного цикла информационных систем (каскадная модель).
7. Модели жизненного цикла информационных систем (спиральная модель).
8. Технологическая подготовка маркетинговой информации к компьютерной обработке.
9. Маркетинговые информационные системы: основные понятия, ИТ-инфраструктура, классификация.
10. Модели данных, используемые при построении хранилищ данных.
11. Интернет-сервисы построения социальных графов связи.
12. Прогноз рынка мобильного контента.
13. Технологии и стандарты мобильных телекоммуникаций.
14. Магазины приложений для мобильных платформ.
15. Программные платформы.
16. Типы мобильных приложений.
17. Коммуникационные технологии.
18. Пользовательский интерфейс.
19. Архитектура мобильных приложений.
20. Создание мобильных приложений на базе ОС Android.
21. Основные инструменты разработки.
22. Аналитический отчет как элемент оценки рекламных кампаний в сети Интернет.
23. Проблемы использования больших данных в коммуникациях.
24. Социальные вызовы больших данных.

25. Риски в работе с большими данными в коммуникациях.
26. Источники работы с большими данными.
27. Перспективные направления аналитики больших данных в изучении коммуникации.
28. Анализ проблем в информационных системах и базах данных.
29. Анализ трендов в информационных системах и базах данных.
30. Анализ прогнозов в информационных системах и базах данных.

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

Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы содержится в разделе 2.  
*Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.*

### **Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний**

**ПKN-8 Способность управлять коммуникациями в цифровой среде, включая социальные медиа и мессенджеры, а также консультировать организации по цифровизации коммуникаций**

**1) Использует программное обеспечение для создания сайтов и мобильных приложений.**

**Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции**

**Знать:** программное обеспечение для создания сайтов и мобильных приложений;

**Уметь:** использовать программное обеспечение для создания сайтов и мобильных приложений

**Типовые контрольные задания**

### **Задание 1.**

Составьте таблицу для сравнения программного обеспечения для создания мобильного приложения (не менее трех). Выделите их преимущества и недостатки.

### **Задание 2.**

Используя программное обеспечение разработайте мобильное приложение (объект по выбору).

**2) Разрабатывает стратегию продвижения в интернет, включая настройку и проведение рекламных кампаний.**

**Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции**

**Знать:** стратегии продвижения в интернете, настройки и проведение рекламных кампаний;

**Уметь:** разрабатывать стратегии продвижения в интернете, настраивать и проводить рекламные кампании

**Типовые контрольные задания**

### **Задание 1.**

Составьте сравнительную таблицу видов стратегий продвижения в интернете. Приведите примеры каждого вида стратегии.

### **Задание 2.**

Разработайте рекламную кампанию для организации (на выбор) в социальной сети ВКонтакте. Выделите целевую аудиторию, подберите необходимые инструменты для продвижения, подготовьте креативы, составьте план рекламной кампании.

**ПКП-1 Способность анализировать и прогнозировать развитие  
коммуникационных индустрий на основе результатов отраслевых  
исследований и методов стратегического анализа**

**1) Организует информационную систему по мониторингу изменений в  
коммуникационных индустриях**

**Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами  
достижения компетенции**

**Знать:** информационную систему по мониторингу изменений в  
коммуникационных индустриях;

**Уметь:** организовывать информационную систему по мониторингу  
изменений в коммуникационных индустриях

**Типовые контрольные задания**

**Задание 1.**

Изучите одну из аналитических систем на выбор (Медиалогия, БрендАналитикс). Определите возможности системы, собираемые данные.

**Задание 2.**

На основе одной аналитической системы разработайте план по проведению мониторинга для любого выбранного объекта.

**2) Анализирует результаты ежегодных отраслевых исследований**

**Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами  
достижения компетенции**

**Знать:** результаты ежегодных отраслевых исследований;

**Уметь:** анализировать результаты ежегодных отраслевых исследований

**Типовые контрольные задания**

**Задание 1.**

Составьте перечень результатов отраслевых исследований по digital-коммуникациям. Составьте тайм-лайн выхода результатов отраслевых исследований и укажите ссылки на источники.

### **Задание 2.**

На сайте АКАР найдите отраслевой отчет «Рынок рекламы» за последние 3 года. Изучите данный отчет. Определите ключевые изменения в отрасли за рассматриваемый период. Составьте интеллект-карту данного отчета с ключевыми результатами (не более 10). Сделайте выводы.

### **3) Готовит исследовательский отчет по перспективам развития медиакоммуникаций**

**Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции**

**Знать:** исследовательскую отчетность по перспективам развития медиакоммуникаций

**Уметь:** готовить исследовательский отчет по перспективам развития медиакоммуникаций

**Типовые контрольные задания**

### **Задание 1.**

Составьте шаблон исследовательского отчета.

### **Задание 2.**

На основе анализа профильных сетевых изданий подготовьте исследовательский отчет по перспективам развития медиакоммуникаций на следующий год.

## **Примеры практико-ориентированных заданий**

1. Представлены наборы данных (статистика использования сайта). Провести анализ данных, выделить ключевые моменты, представить визуализацию данных (в виде графиков, диаграмм) для презентации. Предложить изменения на сайте для улучшения показателей.

2. Провести оптимизацию коммуникаций на основе данных. Необходимо проанализировать данные о взаимодействии пользователей со страницей в социальной сети (например, метрики посещаемости, вовлеченности). По результатам анализа выявить сильные и слабые стороны в коммуникациях. Предложить изменения для улучшения показателей.

3. Провести анализ использования социальной сети ВКонтакте на основе отраслевых аналитических отчетов за последние три года. Определить ключевые изменения, показатели. Подготовить аналитический отчет по результатам исследований.

### **Примерные вопросы для подготовки к Зачету**

1. Понятие данных в коммуникациях.
2. Виды данных в коммуникациях.
3. Базы данных и система управления базой данных.
4. Работа с данными.
5. Возникновение и сферы использования больших данных.
6. Классификация больших данных.
7. Методы анализа больших данных.
8. Отличия аналитики больших данных от традиционных методов исследования.
9. Информационная среда компании и особенности технологии ее формирования.

10. Потоки информации в компании.
11. Отраслевые исследования.
12. Методы стратегического анализа.
13. Медиаизмерения.
14. Информационный аудит и мониторинг.
15. Поисковые системы, поисковые медийные системы.
16. Мониторинг социальных сетей.
17. Основные принципы подготовки отчета результатов исследования.
18. Основные принципы подготовки презентации результатов исследования.
19. Формы аналитического отчета.
20. Разработка стратегии продвижения в сети Интернет.
21. Эффективность PR-работы в социальных сетях.
22. Особенности оценки эффективности контекстной рекламы и поисковой оптимизации сайтов.
23. Виды и структура веб-сайтов.
24. Проектирование сайта.
25. Проектирование мобильного приложения.
26. Виды программного обеспечения.
27. Юзабилити сайта.
28. Дизайн сайта.
29. Вёрстка сайта.
30. Виды мобильного контента.

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

### **Основная литература:**

1. Фарахутдинов , Шамиль Фаритович Современные тенденции и инновационные методы в маркетинговых исследованиях : Учебное пособие / Тюменский индустриальный университет 1 Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М" , 2023 231 с. ( Высшее образование ) ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=429497> ISBN 978-5-16-018721-1 ISBN 978-5-16-107577-7 ( электр. издание )
2. Бродовская , Елена Викторовна Анализ больших данных в политических исследованиях : Учебное пособие / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации ; Московский педагогический государственный университет 1 Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М" , 2025 159 с. ( Высшее образование (Финансовый университет) ) Профессиональное образование <https://znanium.ru/catalog/document?id=448784> ISBN 978-5-16-018477-7 ISBN 978-5-16-111492-6 ( электр. издание )
3. Чумиков , Александр Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебник для вузов / А. Н. Чумиков. 2-е изд. , пер. и доп Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 199 с ( Высшее образование ) URL: <https://urait.ru/bcode/564576> (дата обращения: 08.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/564576> ISBN 978-5-534-15991-2 : 1079.00

### **Дополнительная литература:**

1. Кожевникова , Галина Павловна Информационные системы и технологии в маркетинге : учебник для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 444 с ( Высшее образование ) URL: <https://urait.ru/bcode/560580> (дата обращения: 08.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/560580> ISBN 978-5-534-07447-5 : 2139.00
2. Гаврилов , Леонид Петрович Инновационные технологии в коммерции и бизнесе : учебник для вузов / Л. П. Гаврилов. Электрон.

дан. Москва : Юрайт , 2025 372 с ( Высшее образование ) URL: <https://urait.ru/bcode/560208> (дата обращения: 08.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/560208> ISBN 978-5-534-15960-8 : 1469.00

3. Жильцова , Ольга Николаевна Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. 2-е изд. , пер. и доп Электрон. дан. Москва : Юрайт , 2025 335 с ( Высшее образование ) URL: <https://urait.ru/bcode/560243> (дата обращения: 08.04.2025). Режим доступа: Электронно-библиотечная система Юрайт, для авториз. пользователей <https://urait.ru/bcode/560243> ISBN 978-5-534-15098-8 : 1669.00

4. Дадян , Эдуард Григорьевич Методы, модели, средства хранения и обработки данных : Учебник / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации 1 Москва : Вузовский учебник , 2024 168 с. ВО - Бакалавриат <https://znanium.com/catalog/document?id=437636> ISBN 978-5-9558-0490-3 ISBN 978-5-16-104262-5 ( электр. издание ) ISBN 978-5-16-011812-3 ( ISBN соиздателя )

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

1. •Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>

2. •Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>

3. •Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>

4. •Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.ru/>

5. •Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>

6. •Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>

7. •Электронно-библиотечная система издательства Лань  
<https://e.lanbook.com/>
8. •Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
9. •Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
10. •Коллекция научных журналов Oxford University Press  
<https://academic.oup.com/journals/>
11. •Электронные коллекции книг и журналов издательства Springer:  
<http://link.springer.com/>

#### **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины утверждены Приказом Финансового университета от 11.05.2021 №1040/о «Методические рекомендации по планированию и организации самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

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

**- Комплект лицензионного программного обеспечения:**

1. Kaspersky
2. Microsoft Office (Windows)
3. Windows

**- Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:**

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
4. Система мониторинга СМИ и социальных медиа «Медиалогия»  
<https://www.mlg.ru/>
5. Сервис мониторинга социальных медиа и онлайн-СМИ «IQBuzz»  
<https://www.iqbuzz.pro/>

**- Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации**

1. не предусмотрены

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

1. **Учебная аудитория** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)
2. **Компьютерный класс** для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенный оборудованием и техническими средствами обучения: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), персональные компьютеры, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)