

**Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)
Новороссийский филиал
Кафедра «Информатика, математика и общегуманитарные науки»**

УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала

Б.Н. Сейфиева

«29» января 2026 г.

Н.Ю. Росторгуева

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 «Интегрированные коммуникации»

Рекомендовано Ученым советом Новороссийского филиала

Финансового университета протокол № 32 от 29.01.2026 г.

Новороссийск 2026

Составитель: **Росторгуева Н.Ю.** Дата ориентированные коммуникации: Рабочая программа дисциплины для бакалавров, обучающихся по направлениям подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, профиль «Интегрированные коммуникации». – Новороссийск: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 2026. – 43 с.

Программа дисциплины «Дата ориентированные коммуникации» предназначена для эффективной организации учебного процесса и включает содержание дисциплины, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины, фонд оценочных средств для промежуточной аттестации, методические указания по освоению дисциплины, описание материально-технической базы.

Содержание рабочей программы дисциплины

1. Наименование дисциплины	4
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине.....	4
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.....	11
5.3. Содержание семинаров, практических занятий.....	12
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	16
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы	16
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	18
7. Перечень примерных вопросов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	22
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	40
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	41
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	41
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	42
11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения.....	42
11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	42
11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации.....	42
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	43
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной	

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**

Дисциплина «Дата ориентированные коммуникации» по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Интегрированные коммуникации» обеспечивает формирование следующих компетенций:

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы компетенций	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ПКП -1	Способность диагностировать проблемы в процессе управления коммуникациями организации-объекта и обосновывать рекомендации по изменению ситуации	1. Определяет задачи и методы диагностики коммуникаций организации-объекта 2. Анализирует выявленные проблемы в коммуникациях организации-объекта 3. Предлагает критерии и способы достижения целевого состояния коммуникаций организации-объекта	. Уметь: применять методики анализа целесообразности и эффективности использования диджитал-технологий в решении коммуникационных задач рекламы и связей с общественностью. – использовать компьютерную графику, правила подготовки иллюстраций и макетов рекламных материалов к публикации в электронном виде Знать: – основные методы, способы и средства получения, хранения, переработки информации – правила и способы взаимодействия между социальными субъектами, социальными группами, общностями и обществом в целом

ПКН - 8	Способность управлять коммуникациями в цифровой среде, включая социальные медиа и мессенджеры, а также консультировать организации коммуникаций	1. Использует программное обеспечение для создания сайтов и мобильных приложений. 2. Разрабатывает стратегию продвижения в интернет, включая настройку и проведение рекламных кампаний.	Уметь: - использовать коммуникационные технологии для автоматизированного сбора, представления и распространении информации в информационных системах медиаотрасли; – выбирать средства и технологии диджитал-коммуникаций, соответствующие решаемым профессиональным задачам; Знать: – возможности цифровых коммуникаций в поиске и распространении информации; – правила и нормы информационного права, а также авторского права в отношении продуктов, распространяемых в цифровой форме; правил информационной безопасности (личности, персональных данных и пр.) при работе в цифровом информационно-коммуникационном пространстве; программных и технических средств диджитал-коммуникаций понятийно-категориальный аппарат инфографики; - основные методы
---------	---	---	--

			схематизации и визуализации информации; - современные требования, предъявляемые к проектируемым объектам графического дизайна;
--	--	--	---

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Дата ориентированные коммуникации» входит в профиль «Реклама и связи с общественностью» направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью».

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

Очная форма обучения 2025 года приема

Таблица 1

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр (модуль) 7 (в часах)
Общая трудоемкость дисциплины	3/108	108
Контактная работа -Аудиторные занятия	26	26
<i>Лекции</i>	12	12
<i>Семинары, практические занятия</i>	14	14
Самостоятельная работа	82	82
<i>Вид текущего контроля</i>	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

Модуль 1. Интерактивные цифровые коммуникации

Тема 1. Основы цифровых коммуникаций. Понятие коммуникации, виды коммуникаций, история цифровых коммуникаций.

Тема 2. Рекламные возможности цифровых коммуникаций.

Коммуникации в рекламе. Функциональные возможности диджитал-коммуникации. Преимущества и недостатки цифровой коммуникации в рекламе в сравнении с традиционными.

Тема 3. Средства массовых диджитал-коммуникаций. Интернет, цифровое

телевидение, мобильные телефоны, компьютерные игры, интерактивная наружная реклама, терминалы оплаты и др. как носители цифровой информации и средства диджитал-коммуникации.

Модуль 2. Коммуникационные интернет-технологии в РСО

Тема 4. Особенности Интернета как канала коммуникаций и рекламной среды. Особенности коммуникаций через Интернет. Аудитория сети Интернет. Уникальные возможности рекламы в Интернет. Виды рекламных сообщений в Интернет.

Тема 5. Веб-сайт как основной инструмент рекламной коммуникации в сети. Интернет-сайт как основной субъект рекламы.

Классификация сайтов. Определение цели создания сайта, аудитории сайта. Выбор доменного имени, информационного наполнения, дизайн-концепции, разработка системы навигации, форм интерактивности для сайта.

Тема 6. Средства создания и продвижения сайта. Сайт как совокупность веб-страниц, созданных средствами языка разметки HTML.

Способы продвижения сайта. SEO-оптимизация и статистика. SMM-продвижение. Организация рекламной кампании в сети, основные принципы медиапланирования в сети Интернет.

Тема 7. Определение эффективности интернет-коммуникации. Данные для определения эффективности электронных (цифровых) коммуникаций, способы получения данных, методики анализа и интерпретации данных.

Тема 8. Веб-аналитика для повышения эффективности маркетинговых digital-коммуникаций. Российские и мировые системы веб-аналитики. Web CRM-системы.

Тема 9. Интернет-технологии продвижения новостной информации, товаров, услуг и пр. Технология RSS. RSS—ридеры, RSS-поток. Интернет-службы распространения пресс-релизов.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 2

№ п/ п	Наименовани е темы (раздела) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успеваемости
		Всего часов	Аудиторная работа				Самосто ятельна я работа	
			Обща я	Лекци и	Семинары, практическ ие занятия	Занятия в интерактивн ых формах ¹		
1.	Тема 1. Основы цифровых коммуникаци й.	12	4	2	2		8	дискуссии, презентации, тесты, кейсы, тематика письменных работ
2.	Тема 2. Рекламные возможности цифровых коммуникаци й.	12	4	2	2		8	дискуссии, презентации, тесты, кейсы, тематика письменных работ
3.	Тема 3. Средства массовых диджитал-	12	2		2		10	дискуссии, презентации, тесты, кейсы, особенности

¹ Указывается для тех программ, которые формируются на основе ФГОС ВО, в которых содержится требование о наличии занятий в интерактивных формах

	коммуникации.							подготовки письменных работ
4.	Тема 4. Особенности Интернета как канала коммуникации и рекламной среды.	12	4	2	2		8	дискуссии, презентации, тесты, кейсы, письменные работы
5.	Тема 5. Веб-сайт как основной инструмент рекламной коммуникации в сети.	12	4	2	2		8	дискуссии, презентации, тесты, кейсы, подготовка к терминологическому диктанту, вопросы по реферату
6.	Тема 6. Средства создания и продвижение сайта.	12	4	2	2	1	8	дискуссии, презентации, тесты, кейсы, терминологический диктант, вопросы по реферату
7.	Тема 7. Определение эффективности интернет-коммуникации.	12	4	2	2	1	8	дискуссии, презентации, тесты, кейсы, проведение 1 деловой игры, вопросы по реферату
8.	Тема 8. Веб-аналитика для повышения эффективности маркетинговых digital-коммуникаций.	12	4	2	2		8	презентации, тесты, кейсы, проведение 2 деловой игры
9.	Тема 9. Интернет-технологии продвижения новостной информации,	12	4	2	2		8	дискуссии, презентации, решение кейс-стади.

	товаров, услуг и пр.							
	В целом по дисциплине	108	26	12	14	2	82	Согласно учебному плану: реферат
	Итого в %					5		

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	Формы проведения занятий
Тема 1. Основы цифровых коммуникаций.	Виды электронных коммуникаций. Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники	Дискуссии, презентации, тесты, кейсы, тематика письменных работ
Тема 2. Рекламные возможности цифровых коммуникаций.	Традиционные и виртуальные формы коммуникаций в глобальном информационном пространстве Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники	Дискуссии, презентации, тесты, кейсы, тематика письменных работ
Тема 3. Средства массовых диджитал-коммуникаций.	Устройства цифровой коммуникации Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники	Дискуссии, презентации, тесты, кейсы, особенности подготовки письменных работ
Тема 4. Особенности Интернета как канала коммуникаций и рекламной среды.	Интернет-площадки СМИ Определение характеристик интернет-аудитории Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники	Дискуссии, презентации, тесты, кейсы, письменные работы
Тема 5. Веб-сайт как основной инструмент рекламной коммуникации в сети.	Рекламно-информационные веб-сайты. Классификация сайтов. Промо-сайт. Проектирование контента промо-сайта Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все источники	Дискуссии, презентации, тесты, кейсы, подготовка к терминологическому диктанту, вопросы по реферату
Тема 6. Средства создания и продвижение сайта.	Технология Landing page. Проектирование контента «посадочной страницы» Использование визуальных редакторов для создания веб-продукта. Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 – все источники. Пункт 9 – все	Дискуссии, презентации, тесты, кейсы, терминологический диктант, вопросы по реферату

	источники	
Тема 7. Определение эффективности интернет- коммуникации.	Использование CMS для создания рекламно-информационного сайта. Средства SMM Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 - все источники. Пункт 9 – все источники	Дискуссии, презентации, тесты, кейсы, подготовка к деловой игре «Финансовые мошенники: как распознать и не стать жертвой?», вопросы по реферату
Тема 8. Веб-аналитика для повышения эффективности маркетинговых digital-коммуникаций.	Управление коммуникациями Проектирование мероприятий по продвижению рекламно-информационного сайта в среде диджитал-коммуникаций. Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 - все источники. Пункт 9 – все источники	Презентации, тесты, кейсы, проведение деловой игры «Финансовые мошенники: как распознать и не стать жертвой?»
Тема 9. Интернет-технологии продвижения новостной информации, товаров, услуг и пр.	RSS-технология трансляции контента CRM-системы для взаимодействия с клиентами и проведения исследований. Рекомендуемые источники из разделов 8, 9: Пункт 8 - все источники. Пункт 9 – все источники	Дискуссии, презентации, решение кейс-стади. Подготовка ТЗ исследования потребительского поведения. Критерии, выбор переменных

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. Основы цифровых коммуникаций.	Виды электронных коммуникаций.	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка докладов по теме; - подготовка презентаций по теме. - поиск информации в сети Интернет по заданной теме. Практические задания: выполнение лабораторной работы по теме
Тема 2. Рекламные возможности цифровых коммуникаций.	Традиционные и виртуальные формы коммуникаций в глобальном информационном	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка докладов по теме; - подготовка презентаций по теме. - поиск информации в сети Интернет по заданной теме.

	пространстве	Практические задания: выполнение лабораторной работы по теме
Тема 3. Средства массовых диджитал-коммуникаций.	Устройства цифровой коммуникации	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка докладов по теме; - подготовка презентаций по теме. - поиск информации в сети Интернет по заданной теме. Практические задания: выполнение лабораторной работы по теме
Тема 4. Особенности Интернета как канала коммуникаций и рекламной среды.	Интернет-площадки СМИ Определение характеристик интернет-аудитории	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка докладов по теме; - подготовка презентаций по теме. - поиск информации в сети Интернет по заданной теме. Практические задания: выполнение лабораторной работы по теме
Тема 5. Веб-сайт как основной инструмент рекламной коммуникации в сети	Рекламно-информационные веб-сайты. Классификация сайтов. Промо-сайт. Проектирование контента промо-сайта	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка докладов по теме; - подготовка презентаций по теме. - поиск информации в сети Интернет по заданной теме. Практические задания: выполнение лабораторной работы по теме
Тема 6. Средства создания и продвижение сайта.	Технология Landing page. Проектирование контента «посадочной страницы» Использование визуальных редакторов для создания веб-продукта.	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка докладов по теме; - подготовка презентаций по теме. - поиск информации в сети Интернет по заданной теме. Практические задания: выполнение лабораторной работы по теме
Тема 7. Определение эффективности интернет-коммуникации.	Использование CMS для создания рекламно-информационного сайта. Средства SMM	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка докладов по теме; - подготовка презентаций по теме. - поиск информации в сети Интернет по заданной теме. Практические задания: выполнение лабораторной работы по теме
Тема 8. Веб-аналитика для повышения эффективности	Управление коммуникациями Проектирование мероприятий по	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка докладов по теме; - подготовка презентаций по теме.

маркетинговых digital-коммуникации	продвижению рекламно-информационного сайта в среде диджитал-коммуникаций.	- поиск информации в сети Интернет по заданной теме. Практические задания: выполнение лабораторной работы по теме
Тема 9. Интернет-технологии продвижения новостной информации, товаров услуг и пр.	RSS-технология трансляции контента CRM-системы для взаимодействия с клиентами и проведения исследований.	- работа с учебной, научной и справочной литературой; - подготовка докладов по теме; - подготовка презентаций по теме. - поиск информации в сети Интернет по заданной теме. Практические задания: выполнение лабораторной работы по теме

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

Примерные темы контрольных работ

1. Основные тренды в мире данных и коммуникаций.
2. Дата-ориентированный подход к построению коммуникационных кампаний.
3. Сбор и анализ данных в коммуникационных исследованиях.
4. Традиционные методы: опросы, фокус-группы и др.
5. Большие соц. данные, онлайн и офлайн-источники, интеллектуальный анализ данных (data mining).
6. Откуда берутся данные. Сбор и анализ. Требования к данным.
7. Традиционные методы сбора данных. New data. Big data. Small data.
8. Правда и мифы о данных. Что могут и что не могут нам дать данные и их анализ.
9. Данные и аналитика vs инсайты и гениальные озарения.
10. От big data к smart data. Интеграция big data + количественные измерения и качественные исследования.
11. Что такое data-driven коммуникации, решения, действия.
12. Какие задачи можно решать с помощью данных.
13. Вопросник-анкета.
14. Цифровая правда и ложь.
15. Какими данными о себе люди готовы делиться.
16. Какие данные дают искажения и как найти правду.
17. Нелинейные подходы в линейном мире.
18. Данные для медиапланирования и закупки рекламы.
19. Эволюция медиаизмерений.
20. Экосистема рынка аудиторных данных: DSP, DMP, биржи данных.
21. Основные подходы и инструменты: от простых к сложным.
22. Зачем нужны регрессии и корреляция.
23. Как понимать свою ЦА с помощью данных. B2B / B2C / B2B2C.
24. Эволюция медиаизмерений.
25. Поведенческая аналитика данных.
26. Данные и метрики, в чем разница.
27. Пример Харлей-Дэвидсон.
28. Аудитории B2B и B2C и данные для работы с ними.
29. Зачем нужна сегментация.

30. Феномен аутлаеров: разбор кейсов. Что происходит, когда данные игнорируются.

31. Применение данных в интегрированных коммуникациях

32. Директ-маркетинг и CRM.

33. Новые поколения CRM-систем, обогащение данных, интеграция с DMP.

34. Цифровые коммуникации, перфоманс-маркетинг, программатик, ключевые метрики эффективности диджитал-рекламы.

35. Онлайн и офлайн, CPM и другие системы.

36. Коммуникация данных через их визуализацию.

37. Data-журналистика и data-driven маркетинг.

38. Визуализация данных как способ их коммуникации.

39. Data-журналистика, кейсы разбор.

40. Дэшбординг.

41. Айзек (ADB) и другие системы.

Примеры ситуационного заданий и кейсов

Ситуационное задание №1.

Задача:

- разработать концепцию коммуникационной кампании,
- применить традиционные методы для создания программы коммуникационной кампании: опросы, фокус-группы и др.,
- осуществить сбор и анализ данных в коммуникационных исследованиях,
- осуществить оценку онлайн и офлайн-источников, интеллектуальный анализ данных (data mining).

Ситуационное задание №2.

Задача:

- предложить пример ситуации, где возможно применение данных в интегрированных коммуникациях,
- определить практику применения директ-маркетинга и CRM,
- разработать план применения цифровых коммуникаций, перфоманс-маркетинга, программатик, ключевых метрик эффективности диджитал-рекламы, онлайн и офлайн, CPM и других систем,
- привести на вашем примере возможность коммуникации данных через их визуализацию, Data-журналистику и data-driven маркетинг.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях Департамента социологии, истории и философии.

7. Перечень примерных вопросов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины содержится в разделе 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Перечень примерных вопросов к зачету

1. Определение понятий «коммуникация», «цифровая коммуникация».
2. Что понимают под интерактивной коммуникацией.
3. Digital-устройства, используемые в рекламной коммуникации.
4. Функции и особенности рекламной коммуникации посредством digital-

- устройств.
5. Технологические возможности мобильной связи для рекламной коммуникации.
 6. Способы осуществления рекламной коммуникации посредством компьютерных игр.
 7. Интегрированное использование digital-коммуникаций.
 8. Основные виды электронных документов. Тенденции развития.
 9. Электронные информационные продукты и услуги.
 10. Особенности коммуникаций через Интернет. Аудитория сети Интернет
 11. Digital-коммуникация посредством конференций, форумов, чатов
 12. Уникальные возможности сети Интернет для рекламной деятельности
 13. Понятие сайта. Виды и функции рекламно-информационных сайтов.
 14. Использование медийной, контекстной и поисковой рекламы в сети Интернет.
 15. Целевая аудитория сайта. Формирование аудитории сайтов.
 16. Этапы создания рекламно-информационного сайта.
 17. Способы продвижения веб-сайта.
 18. Поисковая оптимизация веб-сайта.
 19. Деятельность СЕО-специалиста.
 20. Баннерная реклама в сети Интернет. Понятие Интернет-баннера. Виды баннеров.
 21. Размещение рекламных баннеров в сети Интернет. Баннерообменные сети. Таргетинг.
 22. Анализ эффективности цифровых коммуникаций. Критерии эффективности.
 23. Веб-аналитика для рекламы: назначение, возможности.
 24. Российские и мировые системы веб-аналитики.
 25. Мониторинг источников информации в интернете.
 26. Понятие и назначение SMM-деятельности.
 27. Технология RSS.
 28. К88-ридеры. RSS-поток.
 29. Интернет-службы распространения пресс-релизов.
 30. Тенденции развития диджитал-коммуникаций.

Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной представлены в Приложении 1.

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

Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 г. (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 г. № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 г. № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 г. № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 г. № 11-ФКЗ). – Режим доступа: Справочная правовая система «КонсультантПлюс» <http://consultantplus.ru/com> (дата обращения: 19.09.2019).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть первая от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ (ред. 27.12.2018 г.). – Режим доступа: Справочная правовая система «КонсультантПлюс» (дата обращения: 19.09.2019).
3. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 г. № 145-ФЗ (ред. от 27.12.2018 г.). – Режим доступа: Справочная правовая система «КонсультантПлюс» <http://consultantplus.ru/com> (дата обращения: 19.09.2019).
4. Федеральный закон от 05.04.2013 г. № 41-ФЗ (ред. от 07.02.2017 г.; с изм. и доп., вступ. в силу с 28.06.2017 г.) «О Счетной палате Российской Федерации». - Режим доступа: Справочная правовая система «КонсультантПлюс» (дата обращения: 19.09.2019).
5. Федеральный закон от 06.10.1999 г. № 184-ФЗ (ред. от 06.02.2019 г.) «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов

государственной власти субъектов Российской Федерации». – Режим доступа: Справочная правовая система «КонсультантПлюс» (дата обращения: 19.09.2019).

6. Федеральный закон от 07.02.2011 г. № 6-ФЗ (ред. от 27.12.2018 г.) «Об общих принципах организации и деятельности контрольно-счетных органов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований». - Режим доступа: Справочная правовая система «КонсультантПлюс» <http://consultantplus.ru/com> (дата обращения: 19.09.2019).

7. Указ Президента Российской Федерации от 31.12.2015 № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации».

8. Указ Президента Российской Федерации от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года».

Основная литература

1. Володенков, С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления / С.В. Володенков. — Москва : Издательство Московского университета; Проспект, 2015. — 272 с. - ISBN 978-5-19-010946-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1022912> (дата обращения: 08.07.2021).

2. Информационные системы и цифровые технологии. Практикум : учебное пособие. Часть 1 / под общ. ред. проф. В.В. Трофимова, доц. М.И. Барабановой. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 212 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-109660-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1731904> (дата обращения: 08.07.2021).

Дополнительная литература

3. Таратухина, Ю. В. Межкультурная коммуникация в информационном обществе : учебное пособие / Ю. В. Таратухина, Л. А. Цыганова, Д. Э. Тколенко ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - 2-е изд. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2020. - 258 с. - ISBN 978-5-7598-1424-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1209250> (дата обращения: 08.07.2021).

4. Мультимедийная журналистика [Электронный ресурс] : учебник для вузов/ под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — Электрон, текстовые дан. (1 файл pdf: 418 с). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Систем. требования: Adobe Reader XI либо Adobe Digital Editions 4.5 ; экран 10". - ISBN 978-5-7598-1663-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018960> (дата обращения: 08.07.2021)

5. Социальные сети как инфраструктура межличностного общения цифрового поколения: трансформация фреймов коммуникации : монография / А. П. Глухо, И. П. Кужелева-Саган, Т. А. Булатова, [и др.] ; науч. ред. И. П. Кужелева-Саган. - Томск : Издательский Дом Томского государственного университета, 2017. - 220 с. - ISBN 978-5-94621-654-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1702311> (дата обращения: 08.07.2021).

6. Философская аналитика цифровой эпохи : сборник научных статей / отв. ред. Л. В. Шиповалова, С. И. Дудник. - Санкт-Петербург : СПбГУ, 2020. - 368 с. - ISBN 978-5-288-06053-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1244181> (дата обращения: 08.07.2021)

7. Маркова, В. Д. Цифровая экономика : учебник / В.Д. Маркова. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 186 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5a97ed07408159.98683294. - ISBN 978-5-16-013859-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1215151> (дата обращения: 08.07.2021).

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

1. ВЦИОМ (Всероссийский центр изучения общественного мнения): <http://www.wciom.ru/>
2. Образовательный портал: Экономика. Социология. Менеджмент: <http://www.ecsocman/edu.ru>
3. Фонд «Общественное мнение»: <http://www.fom.ru/>
4. Центр независимых социологических исследований: <http://www.indepsocres.spb.ru/>
5. Институт социально-политических исследований РАН: <http://www.ispr.ras.ru/>
6. Институт социологии РАН: <http://www.isras.rssi.ru/>
7. Московский государственный университет им. М.В.Ломоносова: <http://www.socio.msu.ru/>
8. Санкт-Петербургский государственный университет: <http://www.soc.spb.ru/>
9. Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации: <http://www.fu.ru/>
10. Социологические исследования (СОЦИС): <http://www.isras.rssi.ru>
11. Электронные ресурсы БИК:
12. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fu.ru/>
13. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
14. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН»
15. <http://biblioclub.ru/>
16. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>
17. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://www.biblio-online.ru/>
18. Электронно-библиотечная система издательства Проспект <http://ebs.prospekt.org/books>
19. Электронно-библиотечная система издательства Лань <https://e.lanbook.com/>
20. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
21. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
22. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки
23. <https://dvs.rsl.ru/>
24. Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора научных ресурсов
25. ведущих издательств мира <http://search.ebscohost.com>
26. JSTOR Arts & Sciences I Collection <http://jstor.org>
27. Электронная библиотека (электронный читальный зал) Президентской библиотеки им. Б.Н.
28. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
29. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) <https://uisrussia.msu.ru/>
30. Коллекция научных журналов Oxford University Press <https://academic.oup.com/journals/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Основными видами самостоятельной учебной деятельности обучающихся по освоению дисциплины являются:

- 1) Предварительная подготовка к аудиторным занятиям (лекциям, семинарам, практическим занятиям). Такая подготовка предполагает изучение учебной программы дисциплины, установление связи с ранее полученными знаниями, выделение наиболее значимых и актуальных проблем, на изучение которых следует обратить особое внимание, подготовку сообщений и докладов по темам семинаров учебной дисциплины;
- 2) Самостоятельная работа при прослушивании лекций, осмысление учебной информации, сообщаемой преподавателем, ее обобщение и краткая запись, а также своевременная доработка конспектов лекций;
- 3) Подбор, изучение, анализ рекомендованных информационных источников по темам учебной дисциплины;
- 4) Выяснение наиболее сложных вопросов и их уточнение во время консультаций;
- 5) Написание эссе, при этом необходимо использовать при подготовке работы нормативные документы Финансового университета;
- 6) Подготовка к зачету.
- 7) Выполнение собственных научных исследований, участие в научных исследованиях, проводимых в масштабе кафедры, филиала или университета;
- 8) Систематическое изучение периодической печати, научных монографий, поиск и анализ дополнительной информации по учебной дисциплине.

Методические указания по написанию контрольной работы

Контрольная работа является одним из видов самостоятельных занятий, обучающихся под руководством преподавателя. Целью написания контрольной работы по курсу «Инвестиции в бизнесе» является закрепление и углубление теоретических знаний в области корпоративной социальной ответственности, определение возможностей его использования в управленческой деятельности, приобретение навыков в области методологии инвестиций в бизнесе и использования ее в практической деятельности. В процессе написания контрольной работы обучающийся должен научиться самостоятельно работать с литературными источниками, обобщать и анализировать теоретический и практический материал по исследуемой проблеме. Основной задачей работы является развитие способностей выявлять и анализировать особенности применения элементов комплекса Инвестиции в бизнесе в управленческой деятельности предприятий (организаций). Контрольная работа выполняется в целях закрепления теоретических, организационных и финансово - экономических знаний, направленных на совершенствование процессов организации инвестиций в бизнесе. Именно благодаря инвестициям в бизнесе у формируются система базовых знаний и навыков в области инвестиций в бизнеса для ведения цивилизованного бизнеса и соблюдения международных стандартов. Таким образом, изучение инвестиций в бизнесе является актуальным при подготовке бакалавров по специальности «Менеджмент» для формирования их профессиональных компетенций и работы в новых условиях хозяйствования, позволяет избежать ошибок, снизить риск при принятии управленческих решений. Преподаватели, осуществляя контроль над содержанием работы, выполняют своевременную оценку полученных обучающимися знаний. При выполнении контрольной работы допускается использовать материалы лекций, а также рекомендуемую литературу.

Обучающемуся следует начинать работу по выполнению задания с детального уяснения сути сформулированной задачи, закрепления терминологической базы дисциплины «Инвестиции в бизнесе». Затем следует подбор и накопление учебной и научной литературы, ее осмысление. В целях наглядности и облегчения запоминания имеет смысл делать ряд простых поясняющих рисунков, графиков, схем, диаграмм и прочее. Целесообразно каждый проработанный источник (даже части его) сопроводить

простыми численными примерами, убеждающими в работоспособности приведенных формул для расчетов (если таковые требуются).

Контрольная работа содержит следующие обязательные разделы.

1. Титульный лист
2. Введение
3. Основная часть работы
4. Выводы
5. Список используемой литературы.

Контрольная работа состоит из двух частей. Первая часть – теоретическая, вторая часть – практическая (тест).

В первой части работы не должно быть прямого переписывания текста из литературы. При наличии в работе заимствованных текстов из литературы и интернета, этот текст обозначается кавычками, в конце этого текста ставится сноска, внизу данной страницы в поле сноски пишется фамилия автора, название статьи и журнала, № и год издания. Если текст заимствован из книги или учебника, то в поле сноски пишется фамилия автора, название книги и издательство, год издания и № страницы, с которой заимствован текст. При заимствовании текста из интернета дополнительно перед фамилией автора пишется имя сайта. Излагаемый материал должен быть осмыслен, и свидетельствовать о самостоятельной работе обучающегося. Особое внимание должно быть уделено спорным вопросам, которые трактуются в разных источниках по-разному. Обучающийся самостоятельно выбирает перечень литературных источников для выполнения работы. Подбор литературы рекомендуется начинать с ознакомления с обязательной учебной и нормативной литературой. Другие источники по изучаемому вопросу могут включать учебники, учебные пособия, действующие законодательные акты, периодические издания (журналы, газеты). Обязательно должны быть использованы данные статистической отчетности по теме исследования. В связи с изменением законодательства и во избежание использования неактуальных данных, рекомендуется использование в качестве источников изданий авторов, вышедших в свет в течение последних пяти лет, а нормативные акты – только действующие на дату написания работы. Приводимые в работе статистические данные должны быть актуализированы согласно последним опубликованным данным Росстата.

Контрольная работа выполняется в бумажном виде. Работа выполняется на стандартных листах формата А-4.

Объем теоретического вопроса контрольной работы устанавливается в количестве 10 стр. машинописного текста (шрифт - 14, интервал – 1.5; поля: верхнее - 2 см, нижнее – 2.5, левое – 3 см, правое – 2 см). Абзацы в тексте начинают с отступом. Работа должна иметь сквозную нумерацию страниц.

Теоретический вопрос должен заканчиваться краткими выводами и предложениями, в которых должна быть видна степень освоения, обучающийся изученного материала. На последней странице контрольной работы ставится дата окончания работы и подпись обучающийся. Список использованной литературы формируется следующим образом. Сначала указываются законы, постановления правительства и др. нормативные документы, правила работы, стандарты и т.п. Далее литературные источники, которые приводятся в алфавитном порядке фамилий авторов и названий литературных источников с указанием их выходных данных. Во всех случаях по каждому литературному источнику устанавливаются: фамилия и инициалы автора, наименование литературного источника, вид литературного источника (учебник, монография, статья, брошюра и т.д.), место издания и издательство, год издания. В случае цитирования текста в ссылке обязательно указывается номер страницы и выходные данные источника.

Контрольная работа должна соответствовать этическим нормам в части:

- правил цитирования;

- ссылок на использованные библиографические источники;
- исключения плагиата, дублирования собственного текста и использования чужих работ.

Критериями оценки результатов контрольной работы являются:

- уровень освоения обучающимся учебного материала;
- умение обучающийся использовать теоретические знания при выполнении практических задач;
- обоснованность и четкость изложения изученного материала;
- качество выполненного задания;
- оформление материала в соответствии с требованиями;
- соблюдение установленных сроков представления работы на проверку.

Контрольная работа оценивается по системе «допускается к собеседованию» / «не допускается к собеседованию». Информация о результатах проверки работы доводится до сведения каждого обучающийся с комментариями преподавателя о качестве выполненных работ.

При заочной форме обучения контрольная работа должна быть сдана на кафедру и после регистрации передается преподавателю курса не позднее 10 дней до начала зачетной сессии.

Контрольная работа может быть не зачтена в следующих случаях:

- более позднего представления, что означает не выполнение в срок задания.
- несоответствия содержания работы таблице выбора (самовольная смена теоретического или практического задания).
- не отражения в контрольной работе теоретического вопроса, отсутствия выводов и предложений.
- неверного решения или отсутствия практической задачи, отсутствия анализа полученных результатов.
- использования устаревших (старше 2016 года) и неверных статистических данных.
- использования плагиата с интернет-сайтов (рефераты, курсовые и т.д.).
- использования чужих контрольных работ.

Оценкой работы для заочников является письменная рецензия преподавателя с резолюцией о полученной оценке. Если в рецензии есть замечания, требующие письменной доработки, их необходимо выполнить и представить работу преподавателю на рецензию вторично.

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

При осуществлении образовательного процесса обучающимися и профессорско-преподавательским составом используются: программное обеспечение, информационно-справочные системы, электронные библиотечные системы.

11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения:

- 1) Антивирусная защита ESETNOD32
- 2) Windows, Microsoft Office

11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- 1) Базы данных Федеральной службы государственной статистики - http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/
- 2) Научная электронная библиотека - www.elibrary.ru
- 3) Национальная электронная библиотека (НЭБ) объединяет фонды публичных библиотек России федерального, регионального, муниципального уровня, библиотек научных и образовательных учреждений, а также правообладателей. Обеспечивает доступ ко всем изданным, издаваемым и хранящимся в фондах российских библиотек изданиям и научным работам, – от книжных памятников истории и культуры, до новейших авторских произведений. <http://нэб.рф/>
- 4) Политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com>
- 5) Реферативная и справочная база данных рецензируемой литературы Scopus - <https://www.scopus.com>
- 6) Университетская информационная система РОССИЯ (УИС Россия) - <https://uisrussia.msu.ru/>

11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены.

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

Для осуществления образовательного процесса в рамках дисциплины необходимо наличие специальных помещений.

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения лекций, семинарских и практических занятий, выполнения курсовых групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Проведение лекций и семинаров в рамках дисциплины осуществляется в помещениях:

- оснащенных демонстрационным оборудованием;
- оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет»;
- обеспечивающих доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Специальные помещения должны быть укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной

Код компетенции, наименование компетенции	Индикаторы компетенции	Примеры заданий для оценки индикаторов достижения компетенции
ПКП – 1 Способность диагностировать проблемы в процессе управления коммуникациями организации- объекта и обосновывать рекомендации по изменению ситуации	1. Определяет задачи и методы диагностики коммуникаций организации-объекта 2. Анализирует выявленные проблемы в коммуникациях организации-объекта 3. Предлагает критерии и способы достижения целевого состояния коммуникаций организации- объекта	1. Определение понятий «коммуникация», «цифровая коммуникация». 2. Что понимают под интерактивной коммуникацией. 3. Digital-устройства, используемые в рекламной коммуникации. 4. Функции и особенности рекламной коммуникации посредством digital-устройств. 5. Технологические возможности мобильной связи для рекламной коммуникации. 6. Способы осуществления рекламной коммуникации посредством компьютерных игр. 7. Интегрированное использование digital-коммуникаций. 8. Основные виды электронных документов. Тенденции развития. 9. Электронные информационные продукты и услуги. 10. Особенности коммуникаций через Интернет. Аудитория сети Интернет 11. Digital-коммуникация посредством конференций, форумов, чатов 12. Уникальные возможности сети Интернет для рекламной деятельности 13. Понятие сайта. Виды и функции рекламно-информационных сайтов. 14. Использование медийной, контекстной и поисковой рекламы в сети Интернет.

ПКП – 2 Способность обеспечивать правовую защиту и мониторинг нелегального использования созданных результатов коммуникационной деятельности	1. Совершенствует процессы управления коммуникациями организации-объекта 2. Определяет ключевые послания, аудитории, коммуникационные активности и результаты 3. Координирует коммуникационную стратегию и стратегию основной деятельности организации- объекта	1. Целевая аудитория сайта. Формирование аудитории сайтов. 2. Этапы создания рекламно-информационного сайта. 3. Способы продвижения веб-сайта. 4. Поисковая оптимизация веб-сайта. 5. Деятельность СЕО-специалиста. 6. Баннерная реклама в сети Интернет. Понятие Интернет-баннера. Виды баннеров. 7. Размещение рекламных баннеров в сети Интернет. Баннерообменные сети. Таргетинг. 8. Анализ эффективности цифровых коммуникаций. Критерии эффективности. 9. Веб-аналитика для рекламы: назначение, возможности. 10. Российские и мировые системы веб-аналитики. 11. Мониторинг источников информации в интернете. 12. Понятие и назначение SMM-деятельности. 13. Технология RSS. 14. К88-ридеры. RSS-поток. 15. Интернет-службы распространения пресс-релизов. 16. Тенденции развития диджитал-коммуникаций.
---	---	---

Критерии (шкалы) оценивания компетенции и уровни ее формирования:

- оценка **«отлично»** (высокий уровень) выставляется, если обучающийся **знает:** способы определять круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними; оптимальные способы решения задач и ожидаемые результаты; методы анализа решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, корректировки способов их решения; способы публично представляет полученные в ходе реализации проекта результаты; нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной области;; документооборот в соответствии с нормативными требованиями.

умеет: определить круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними; предлагать оптимальные способы решения задач и ожидаемые результаты, оценивать предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта; анализировать решение поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, при необходимости корректирует способы решения задач; публично представляет полученные в ходе реализации проекта результаты; осуществлять поиск и обоснованно применять необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной области; обеспечить документооборот в соответствии с нормативными требованиями.

- оценка **«хорошо»** (продвинутый уровень) выставляется, если обучающийся **знает:** способы определять круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними; оптимальные способы решения задач и ожидаемые результаты; методы анализа решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, корректировки способов их решения; способы публично представляет полученные в ходе реализации проекта результаты; нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной области; документооборот в соответствии с нормативными требованиями;

умеет: определить круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними; предлагать оптимальные способы решения задач и ожидаемые результаты, оценивать предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта; анализировать решение поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, при необходимости корректирует способы решения задач; публично представляет полученные в ходе реализации проекта результаты; осуществлять поиск и обоснованно применять необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной области; обеспечить документооборот в соответствии с нормативными требованиями.

- оценка **«удовлетворительно»** (пороговый уровень) выставляется, если обучающийся **плохо знает:** способы определять круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними; оптимальные способы решения задач и ожидаемые результаты; методы анализа решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, корректировки способов их решения; способы публично представляет полученные в ходе реализации проекта результаты; нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной области; документооборот в соответствии с нормативными требованиями;

плохо умеет: определить круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними; предлагать оптимальные способы решения задач и ожидаемые результаты, оценивать предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта; анализировать решение поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, при необходимости корректирует способы решения задач; публично представляет полученные в ходе реализации проекта результаты; осуществлять поиск и обоснованно применять необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной

профессиональной области; обеспечить документооборот в соответствии с нормативными требованиями;

плохо владеет: навыками круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними; навыками предлагать оптимальные способы решения задач и ожидаемые результаты, оценивать предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта; навыками реализовать и анализировать решение поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, при необходимости корректирует способы решения задач; навыками публично представлять полученные в ходе реализации проекта результаты; навыками осуществлять поиск и обоснованно применять необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной области; навыками обеспечить документооборот в соответствии с нормативными требованиями.

- оценка «**неудовлетворительно**» (ниже порогового) выставляется, если обучающийся **не знает:** способы определять круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними; оптимальные способы решения задач и ожидаемые результаты; методы анализа решения поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, корректировки способов их решения; способы публично представляет полученные в ходе реализации проекта результаты; нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной области; документооборот в соответствии с нормативными требованиями;

не умеет: определить круг задач в рамках поставленной цели, определять связи между ними; предлагать оптимальные способы решения задач и ожидаемые результаты, оценивать предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта; анализировать решение поставленных задач, исходя из действующих правовых норм, при необходимости корректирует способы решения задач; публично представлять полученные в ходе реализации проекта результаты; осуществлять поиск и обоснованно применять необходимую нормативно-правовую документацию для деятельности в избранной профессиональной области; обеспечить документооборот в соответствии с нормативными требованиями.