Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет маркетинга, рекламы и сервиса

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры рекламы и связей с общественностью

Протокол от «04» сентября 2017 г.

№ 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.Б.25 Информационные технологии в рекламе

направление подготовки
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) "Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере"

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора – 2017

Москва, 2017 г.

Автор-составитель:

Старший преподаватель А.В. Иванов

Заведующий Кафедрой рекламы и связей с общественностью,
д.филол.н., профессор В.А. Евстафьев

Содержание

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.Б.25 «Информационное технологии в рекламе» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-2	способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений.	**УК ОС-2.4**	**С**пособность использовать современные достижения в области информационных технологий управления и технического обеспечения информационных систем рекламной деятельности.
ОПК-6	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно - коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.	**ОПК-6.3.**	Способность использовать организационные, инженерно-технические и программные методы защиты информации.
ОПК ОС-7	Способность применять навыки визуальных и цифровых коммуникаций.	**ОПК ОС-7.3**	Способность к свободному владению навыками визуальных и цифровых коммуникаций в рекламе и PR.

1.2. В результате освоения дисциплины Б1.Б.25 «Информационное технологии в рекламе» у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Профессиональный стандарт «Специалист	**УК ОС-2.4**	**на уровне знаний:** современных достижений в области

по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации». Организация обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами А/05.6;		информационных и коммуникационных технологий управления, организационных структур и технического обеспечения информационных систем рекламной деятельности; процедур и программных средств обработки коммерческой информации, интегрированных информационных технологий управления, инструментальных средств компьютерных технологий; **на уровне умений:** обрабатывать справочно-аналитические материалы, разрабатывать модели бизнес-процессов; применять информационные технологии для принятия научно, документально и экономически обоснованных управленческих решений; **на уровне навыков:** владения современными браузерами для поиска информации в глобальных компьютерных сетях; владения инструментарием для отправки распечатки маршрута на персональный почтовый ящик клиента.
Профессиональный стандарт «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации». Организация обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами А/05.6;	**ОПК-6.3**	**на уровне знаний:** информационного, визуального, технологического обслуживания рекламной деятельности. **на уровне умений:** пользоваться стандартным интерфейсом в операционной системе, выполнять операции по копированию и загрузке данных. **на уровне навыков:** владения современными браузерами для поиска информации в глобальных компьютерных сетях; владения инструментарием для отправки распечатки маршрута на персональный почтовый ящик клиента.
Профессиональный стандарт «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации». Организация обеспечения производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных	**ОПК ОС-7.3**	**на уровне знаний:** классификация угроз информационным ресурсам; особенности защиты информации в компьютерной сети; меры законодательного, административного, процедурного и программно-технического уровней при работе на вычислительной технике и в каналах связи; административно-правовая и уголовная ответственность в информационной сфере. **на уровне умений:** использование современных методов защиты

СМИ необходимыми ресурсами А/05.6;		информации в компьютерных системах. **на уровне навыков:** способы защиты информации шифрованием; особенности применения электронной подписи; признаки уязвимости информационной системы; обеспечение информационной безопасности при взаимодействии по сетям или с использованием иных методов обмена данными.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Общая трудоемкость дисциплины Б1.Б.25 «Информационные технологии в рекламе» – 3 зачетные единицы. Контактная работа обучающихся с преподавателем, 36 часов (лекции – 18, практические занятия - 18). Самостоятельная работа обучающихся – 36 часов.

Дисциплина Б1.Б.25 «Информационное технологии в рекламе» изучается в 5 семестре по очной форме. Дисциплина реализуется после изучения дисциплин: Б1.Б.13 «Компьютерные технологии и информатика», Б1.Б.17 «Теория и практика массовой информации».

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		**Объем дисциплины, час.**		
		Всего	**Семестр**	
			5	6
Очная форма обучения				
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		***36***	***36***	
лекционного типа (Л)		***18***	***18***	
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)				
практического (семинарского) типа (ПЗ)		***18***	***18***	
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		***36***	***36***	
Промежуточная аттестация	**форма**	***экзамен***	***экзамен***	
	час.	***36***	***36***	
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		***108/3***	***108/3***	

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателемпо видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Тема 1	История информационных систем в рекламе. Основные Digital-технологии	14	4		4		6	Профессиональные задачи
Тема 2	Создание бизнес-презентаций с использованием инфографики	18	4		4		10	Профессиональные задачи
Тема 3	Информационные технологии в рекламе продаж.Создание и быстрый запуск лендинговых страниц, Интернет-портала.	22	6		4		12	Профессиональные задачи
Тема 4	Информационные технологии поддержки бизнес процессов продаж (на примере сервисов системы Контур) в глобальной сети Интернет.	18	4		6		8	Профессиональные задачи
Промежуточная аттестация		36						Экзамен
	Всего:	**108**	**18**		**18**		**36**	

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем
1	История информационных систем в рекламе. Основные Digital-технологии	Этапы развития информационных технологии в глобальных системах. Классификация, основные определения и термины в описании бизнес процессов оказания услуг. Корпоративные сети. Интранэт-портал компании. Почтовые серверы, файловый корпоративный обмен информации. Облачные хранилища данных. Принцип «открытого доступа». Компьютерная графика. Средства для визуализации информации.
2	Создание бизнес-презентаций с использованием инфографики	Виды программного обеспечения обработки графики. Использование графики в коммерческих целях. Понятия о лицензиях: PublicDomain и CreativeCommons. Создание и работа с фотобанками.
3	Информационные технологии в рекламе продаж. Создание и быстрый запуск лендинговых страниц, Интернет-портала.	Классификация сайтов: визитки, промо, лэндинги, поддерживающие и др. Специфика создание промо-страницы в Сети. Конструирование и приобретение доменного имени. Удобство использования - основной фактор доверия пользователя. Юзабилити как способ

		лидогенерации.
4	Информационные технологии поддержки бизнес процессов продаж (на примере сервисов системы Контур) в глобальной сети Интернет.	Особенности оказания услуг в глобальной сети Интернет (на примере сервисов Госзакупок, экономических бизнес-процессов предприятия). Реализация услуг госструктур и коммерческих предприятия через электронные инфотехнологии.

3. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Информационные технологии в рекламе» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа:

при чтении лекций используется объяснительно-иллюстративный метод с элементами проблемного изложения учебной информации (монологической, диалогической или эвристической);

– при проведении занятий семинарского типа:

профессиональные задачи

при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

профессиональные задачи

4.1.2. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): в письменной форме выполнение практических заданий

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Профессиональные задачи по темам:

Тема 1	История информационных систем в рекламе. Основные Digital-технологии	Создание практических приложений с использованием программных продуктов на основе иконографики: 1. Постер корпоративного бизнеса 2. Флайер, как элемент POSM
Тема 2	Создание бизнес-презентаций с использованием инфографики	Создание бизнес-презентаций с использованием программ PiktoChart, Prezi и др. на примере продвижения корпоративного бизнеса (розничный магазин, пекарня, татту-салон и пр.)
Тема 3	Информационные технологии	Создание Интернет портала и посадочной

	в рекламе продаж. Создание и быстрый запуск лендинговых страниц, Интернет-портала.	страницы на основе шаблонов интернет-порталов WIX, Vigbo для онлайн продвижения коммерческого предприятия
Тема 4	Информационные технологии поддержки бизнес процессов продаж (на примере сервисов системы Контур) в глобальной сети Интернет.	Государственные закупки, изучение конкурсной документации по закупкам согласно ФЗ 44, 223.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК ОС-2	способность разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений.	**УК ОС-2.4**	**С**пособность использовать современные достижения в области информационных технологий управления и технического обеспечения информационных систем рекламной деятельности**.**
ОПК-6	Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно - коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.	**ОПК-6.3.**	Способность использовать организационные, инженерно-технические и программные методы защиты информации.
ОПК ОС-7	Способность применять навыки визуальных и цифровых коммуникаций.	**ОПК ОС-7.3**	Способность к свободному владению навыками визуальных и цифровых коммуникаций в рекламе и PR.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
УК ОС-2.4	Изучает: классификацию угроз информационным ресурсам; особенности защиты информации в компьютерной сети; меры законодательного, административного, процедурного и программно-технического уровней при работе на вычислительной технике и в каналах связи; Подходы в сфере разработки проектов на основе оценки ресурсов. Взаимодействие с партнерами в сфере разработки проектов на основе оценки ресурсов. Эффективность в сфере разработки проектов на основе оценки ресурсов.	Изучены подходы в сфере разработки проектов на основе оценки ресурсов Разработано содержание каждого этапа проектирования на основе оценки ресурсов Выстроено взаимодействие с партнерами в сфере разработки проектов на основе оценки ресурсов Учтены психологические и межкультурные особенности в сфере разработки проектов на основе оценки ресурсов Оценена эффективность в сфере разработки проектов на основе оценки ресурсов. Изучены: классификация угроз информационным ресурсам; особенности защиты информации в компьютерной сети; меры законодательного, административного, процедурного и программно-технического уровней при работе на вычислительной технике и в каналах связи; административно-правовая и уголовная ответственность в информационной сфере. Сформированы умения: использование современных методов защиты информации в компьютерных системах. Применены навыки: способы защиты информации шифрованием; особенности применения электронной подписи; признаки уязвимости информационной системы; обеспечение информационной безопасности при взаимодействии по сетям или с использованием иных методов обмена данными. Продемонстрировано знание особенности коммуникации в

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
		среде интернет. Критически осмыслено применение информационных технологий в рекламной коммуникации. Продемонстрированы понимание основ создания, размещение и управления цифровым контентом. Названы основные цифровые рекламные платформы. Связан теоретический материал с практикой.
ОПК-6.3.	Изучены: методы использования современных методов защиты информации в компьютерных системах.	Демонстрирует знания: классификации угроз информационным ресурсам; особенностей защиты информации в компьютерной сети; мер законодательного, административного, процедурного и программно-технического уровней при работе на вычислительной технике и в каналах связи; административно-правовой и уголовной ответственность в информационной сфере. Сформированы умения: использование современных методов защиты информации в компьютерных системах. Применены навыки: способов защиты информации шифрованием; применения электронной подписи; демонстрации и распознавания признаков уязвимости информационной системы; обеспечения информационной безопасности при взаимодействии по сетям или с использованием иных методов обмена данными.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ОПК ОС-7.3	Знает каналы и инструменты интернет-коммуникации в рекламе; возможности и ограничения использования информационных технологий в рекламе; виды и формы цифровых технологий в рекламной деятельности. Умеет определять разновидности информационных технологий в рекламе и их алгоритмы; подбирать программные средства в зависимости о целей рекламной коммуникаций; планировать рекламную коммуникацию в интернете. Владеет современными программными средствами рекламной коммуникации интегрировать информационные технологии в рекламе с другими каналами рекламной коммуникации.	Продемонстрировано знание особенности коммуникации в среде интернет. Критически осмыслено применение информационных технологий в рекламной коммуникации. Продемонстрированы понимание основ создания, размещение и управления цифровым контентом. Названы основные цифровые рекламные платформы. Связан теоретический материал с практикой.

4.3.2 Типовые контрольные задания или иные материалы (типовые оценочные материалы), необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Примерный вариант практических заданий на экзамене

Тема 1	История информационных систем в рекламе. Основные Digital-технологии	Создание практических приложений с использованием программных продуктов на основе иконографики: 1. Постер корпоративного бизнеза 2. Флаер, как элемент POSM
Тема 2	Создание бизнес-презентаций с использованием инфографики	Создание бизнес-презентаций с использованием программ PiktoChart, Prezi и др. на примере продвижения корпоративного бизнеса

		(розничный магазин, пекарня, татту-салон и пр.)
Тема 3	Информационные технологии в рекламе продаж. Создание и быстрый запуск лендинговых страниц, Интернет-портала.	Создание Интернет портала и плсадочной страницы на основе шаблонов интернет-порталов WIX, Vigbo для онлайн продвижения коммерческого предприятия
Тема 4	Информационные технологии поддержки бизнес процессов продаж (на примере сервисов системы Контур) в глобальной сети Интернет.	Государственные закупки, изучение конкурсной документации по закупкам согласно ФЗ 44, 223.

Шкала оценивания студента

Баллы	**Оценка**	**Требования к знаниям**
100-81	*5, «отлично»*	Изучены подходы в сфере разработки проектов на основе оценки ресурсов Разработано содержание каждого этапа проектирования на основе оценки ресурсов Выстроено взаимодействие с партнерами в сфере разработки проектов на основе оценки ресурсов Учтены психологические и межкультурные особенности в сфере разработки проектов на основе оценки ресурсов Оценена эффективность в сфере разработки проектов на основе оценки ресурсов. Изучены: классификация угроз информационным ресурсам; особенности защиты информации в компьютерной сети; меры законодательного, административного, процедурного и программно-технического уровней при работе на вычислительной технике и в каналах связи; административно-правовая и уголовная ответственность в информационной сфере. Сформированы умения: использование современных методов защиты информации в компьютерных системах. Применены навыки: способы защиты информации шифрованием; особенности применения электронной подписи; признаки уязвимости информационной системы; обеспечение информационной безопасности при взаимодействии по сетям или с использованием иных методов обмена данными. Продемонстрировано знание особенности коммуникации в среде интернет. Критически осмыслено применение

		информационных технологий в рекламной коммуникации. Продемонстрированы понимание основ создания, размещение и управления цифровым контентом. Названы основные цифровые рекламные платформы. Связан теоретический материал с практикой.
80-61	*4, «хорошо»*	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. Учебные достижения в семестровый период и результатами текущего контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.
60-41	*3, «удовлетворительно»*	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ. Учебные достижения в семестровый период и результатами текущего контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.
40-0	*2, «неудовлетворительно»*	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. – Учебные достижения в семестровый период и результатами текущего контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.

4.4. Методические материалы

Занятия по дисциплине «Информационные технологии в рекламе» представлены следующими видами работ: лекции, практические занятия, самостоятельная работа студентов.

На практических занятиях студенты выполняют задания, связанные с применением информационных технологий в рекламе. В рамках самостоятельной работы студенты готовятся к семинарским занятиям, изучают учебную литературу, осуществляют подготовку к промежуточной аттестации.

Оценивание ***работы студента на семинарских занятиях*** осуществляется по следующим критериям:

– Отлично - активное участие в обсуждении проблем каждого семинара, самостоятельность ответов, свободное владение материалом, полные и аргументированные ответы на вопросы семинара, участие в дискуссиях, твёрдое знание лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы, регулярная посещаемость занятий.
– Хорошо - недостаточно полное раскрытие некоторых вопросов темы, незначительные ошибки в формулировке категорий и понятий, меньшая активность на семинарах, неполное знание дополнительной литературы, хорошая посещаемость.
– Удовлетворительно - ответы отражают в целом понимание темы, знание содержания основных категорий и понятий, знакомство с лекционным материалом и рекомендованной основной литературой, недостаточная активность на занятиях, оставляющая желать лучшего посещаемость.
– Неудовлетворительно - пассивность на семинарах, частая неготовность при ответах на вопросы, плохая посещаемость, отсутствие качеств, указанных выше для получения более высоких оценок.

5.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Практические занятия дисциплины «Информационное технологии в рекламе» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

– знакомит с новым учебным материалом;
– разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
– систематизирует учебный материал;
– ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

– внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
– узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
– ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
– постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
– запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

– внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
– выпишите основные термины;
– ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;

– уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
– готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;
– рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к экзамену. К экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

– программой дисциплины;
– перечнем формируемых знаний и умений, которыми студент должен овладеть;
– тематическими планами лекций, семинарских занятий;
– контрольными мероприятиями;
– учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
– перечнем вопросов для экзамена.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

Вопросы для самопроверки

1. Тип сайта (портал, промо, визитка, корпоративный, магазин и т.д.)
2. Функционал сайта (поиск, каталог, лента новостей и т.д.)
3. Стиль дизайна (строгий, веселый, мрачный и т.д.)
4. Структура сайта (какие страницы должны быть на сайте)
5. Структура страниц (какие блоки должны быть на страницах и в каком виде)

Примерный объем задания – презентация с объемом не менее 10 слайдов

Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение

1. Создание учетной записи Яндекс, Google. Изучение интерфейса. Настройка «облачного» диска. Календаря. Почтового сборщика.

2. Создание в социальной сети YouTube своего канала и размещение отснятого ролика, комментария с использованием аудио-визуальной информации по лицензиям PublicDomain и CreativeCommons

3. Изучите не менее 10 landingpage. Проведите анализ по следующим характеристикам: удобство пользования, ассортимент, интегрированность с агрегаторами продаж (например, ЯндексМаркет), работа с отзывами, простота покупки и пр. На выходе разработайте проект своей посадочной страницы.

4. Изучить примеры работ по инфографике отечественных и зарубежных брендинговых агентств – не менее 10. Составить сравнительный анализ каждого образца, подчеркнуть особенности, указать на недостатки

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины (модуля), ресурсы информационно-телекоммуникационной сети

"Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Бурняшов Б.А. Информационные технологии в менеджменте. Вузовское образование, 2015. http://www.iprbookshop.ru/33674
2. Губарев А.В. Информационное обеспечение системы менеджмента качества. Телеком, 2013. http://www.iprbookshop.ru/25076
3. Киселев Г.М. Информационные технологии в экономике и управлении (эффективная работа в MS Office 2007). Дашков и К, 2013. http://www.iprbookshop.ru/14608

6.2. Дополнительная литература

1. Клочко И.А. Информационные технологии в профессиональной деятельности. Вузовское образование. 2014. http://www.iprbookshop.ru/20424

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Морозов М.А. Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме. Оргтехника /М:Академия, 2008.

6.4. Нормативные правовые документы

Закупки по 223-ФЗ: закон
https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=242335&cwi=0
отличия от 44-ФЗ: http://ca.kontur.ru/about/news/258
изменения с 2014: https://school.kontur.ru/publications/321
жалобы в ФАС: https://school.kontur.ru/publications/190

6.5. Интернет-ресурсы

1. http://7st.ru/ - 7 Статей.РУ о PR, Маркетинге, Рекламе и Политике.
2. http://adindex.ru/companies.type__reclama.sub__rec_pr.showall_1.html - Каталог PR-агентств, AdIndex.ru
3. http://advertme.ru/ - Менеджмент, Маркетинг, Креатив, Реклама, Промо, PR.
4. http://advertology.ru/ - Адвертолоджи - Все о Рекламе, Маркетинге и PR.
5. http://advtime.ru/news/pr.html - ВремЯРекламы: Теория и Практика Рекламы, СМИ, PA и PR.
6. http://akos-icco.ru - Ассоциация Компаний-Консультантов в Области Связей с Общественностью (АКОС).

6.6. Иные источники

Не используются.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими

средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

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

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

Bloomberg
EBSCO Publishing
eLIBRARY.RU
Emerging Markets Information Service
Google Scholar (Google Академия)
IMF eLibrary
JSTOR
New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.
OECD iLibrary
Oxford Handbooks Online
Polpred.com Обзор СМИ
SCOPUS
Web of Science
Wiley Online Library
WorldBankElibrary
Архивы научных журналов NEICON
Интернет-сервис «Антиплагиат»
Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»
ЭБС Издательства "Лань"
ЭБС Юрайт
Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»