



Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
Московской области

**ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
имени дважды Героя Советского Союза, летчика-космонавта А.А. Леонова

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
"ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ ДВАЖДЫ ГЕРОЯ СОВЕТСКОГО  
СОЮЗА, ЛЕТЧИКА-КОСМОНАВТА  
А.А.ЛЕОНОВА"

Подписано цифровой подписью:  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
"ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ ДВАЖДЫ ГЕРОЯ  
СОВЕТСКОГО СОЮЗА, ЛЕТЧИКА-  
КОСМОНАВТА А.А.ЛЕОНОВА"

**УТВЕРЖДАЮ**  
**Проректор по учебной работе**  
**Е.К. Самаров**  
«22» июня 2021 г.

**ИНСТИТУТ ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫХ СИСТЕМ И  
ТЕХНОЛОГИЙ**

**КАФЕДРА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И УПРАВЛЯЮЩИХ  
СИСТЕМ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И БАЗЫ ДАННЫХ В  
ПРИКЛАДНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ»**

**Направление подготовки:** 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Направленность (профиль):** Современные коммуникационные технологии  
и рекламная деятельность

**Уровень высшего образования:** бакалавриат

**Форма обучения:** очная, заочная

Королев  
2021

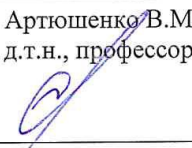
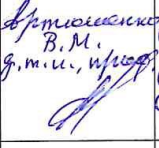
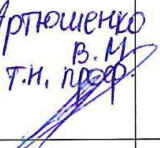
Рабочая программа является составной частью основной профессиональной образовательной программы и проходит рецензирование со стороны работодателей в составе основной профессиональной образовательной программы. Рабочая программа актуализируется и корректируется ежегодно.

**Автор: Норокеску М.М. Рабочая программа дисциплины (модуля): Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях – Королев МО: «Технологический университет», 2021.**

Рецензент: *Логачева Н.В.*

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и Учебного плана, утвержденного Ученым советом Университета. Протокол № 13 от 22 июня 2021 года.

**Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры:**

Заведующий кафедрой (ФИО, ученая степень, звание, подпись)	Артюшенко В.М. д.т.н., профессор 	 В.М. д.т.н., проф	 В.М. д.т.н., проф		
Год утверждения (переподтверждения)	2021	2022	2023	2024	2025
Номер и дата протокола заседания кафедры	№ 15 от 02.06.2021	№ 13 от 03.06.22	№ 14 от 03.05.23		

Рабочая программа согласована:  
Руководитель ОПОП ВО  **Т.Ю. Кирилина, д.соц.н, профессор**

**Рабочая программа рекомендована на заседании УМС:**

Год утверждения (переподтверждения)	2021	2022	2023	2024	2025
Номер и дата протокола заседания УМС	№ 7 от 15.06.2021	№ 5 от 21.06.22	№ 6 от 16.05.23		

## **1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО**

**Целью** изучения дисциплины является:

- изучение информационных технологий, используемых для решения профессиональной деятельности;
- формирование навыков применения информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

**Общепрофессиональные компетенции:**

**(ОПК-6)** - Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности;

**Профессиональные компетенции:**

**(ПК-10)** - способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

Основными **задачами** дисциплины являются:

1. Освоение базовых понятий информационных технологий.
2. Изучение принципов работы и инноваций в области информационных технологий.
3. Овладение навыками применения информационных технологий и баз данных для решения задач в профессиональной сфере.

Показатель освоения компетенции отражают следующие индикаторы:

**Трудовые действия:**

ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

ПК-10.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

**Необходимые умения:**

ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.

ПК-10.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

**Необходимые знания:**

ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

ПК-10.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.

## 2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» относится к обязательной части основной профессиональной образовательной программы подготовки бакалавров 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина базируется на ранее полученных знаниях по дисциплине «Современные информационные технологии в социальных науках» и компетенциях: ПК-1, ПК-4.

Знания и компетенции, полученные при освоении дисциплины, являются базовыми для изучения дисциплин: «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «Организация и проведение коммуникационных кампаний» и выполнения выпускной квалификационной работы бакалавра.

## 3. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Общая трудоемкость модуля составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Таблица 1

<b>ОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ</b>		
<b>Виды занятий</b>	<b>Всего часов</b>	<b>Семестр 2</b>
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
<b>Аудиторные занятия</b>	<b>48</b>	<b>48</b>
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	16	16
Практическая подготовка	-	-
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>96</b>	<b>96</b>
<b>Курсовые, расчетно-графические работы</b>	-	-
<b>Контрольная работа</b>	+	+
<b>Текущий контроль знаний</b>	<b>Тест</b>	<b>Тест</b>
<b>Вид итогового контроля</b>	<b>Зачет с оценкой</b>	<b>Зачет с оценкой</b>
<b>ЗАОЧНАЯ ФОРМА ОБУЧЕНИЯ</b>		
<b>Виды занятий</b>	<b>Всего часов</b>	<b>Курс 1</b>
		<b>Летняя сессия</b>
<b>Общая трудоемкость</b>	<b>144</b>	<b>144</b>
<b>Аудиторные занятия</b>	<b>12</b>	<b>12</b>
Лекции (Л)	4	4
Практические занятия (ПЗ)	4	4
Лабораторные работы (ЛР)	4	4
Практическая подготовка	-	-
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>132</b>	<b>132</b>
<b>Курсовые, расчетно-графические работы</b>	-	-
<b>Контрольная работа</b>	+	+
<b>Вид итогового контроля</b>	<b>Зачет с оценкой</b>	<b>Зачет с оценкой</b>

## 4. Содержание дисциплины (модуля)

### 4.1. Темы дисциплины и виды занятий

Таблица 2

Наименование тем	Лекции, час. очное/заочное	Практические занятия, час очное/заочное	Лабораторные работы, час очное/заочное	Занятия в интерактивной форме, час очное/заочное	Практическая подготовка, час очное/заочное	Код компетенций
Тема 1. Информационные технологии и информационные системы обработки информации	4/1	4/1	4/1	4/2	-	ОПК-6, ПК-10
Тема 2. Прикладное программное обеспечение деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью	6/2	6/2	6/2	4/2	-	
Тема 3. Интернет и сетевые технологии в рекламе и связях с общественностью	6/1	6/1	6/1	4/2	-	
Итого:	16/4	16/4	16/4	12/6		

### 4.2. Содержание тем дисциплины

#### Тема 1. Информационные технологии и информационные системы обработки информации

Понятие информации и её свойства. Роль информации и систем управления информацией в рекламе и связях с общественностью.

Классификация информационных технологий. Традиционные информационные технологии. Составные части современных информационных технологий: офисная технология, системы управления базами данных, телекоммуникации и мультимедийные технологии.

Информационные системы как вид информационной технологии. Классификация информационных систем. Фактографические и документальные информационные системы.

Основные понятия базы данных и системы управления базами данных. Понятие объекта, данного. Определение базы данных. Модели баз данных. Информационная модель бизнес-процессов предприятия. Реляционные базы

данных. Распределенные базы данных. Централизованные и децентрализованные БД.

Определение СУБД. Основные объекты СУБД: таблица, форма, запрос, отчет. Системы и языки запросов; методы защиты баз данных. Методы сбора, обработки и хранения данных. Заполнение базы данных.

## **Тема 2. Прикладное программное обеспечение деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью**

Классификация программного обеспечения. Системное программное обеспечение. Операционные системы. Прикладное программное обеспечение.

Прикладные программы офисного назначения. Текстовый процессор Microsoft Word. Табличный процессор Microsoft Excel. Вычисления и деловая графика в Microsoft Excel. Статистический анализ данных в Excel. Статистические функции. Пакет анализа.

Программное обеспечение для социологических и маркетинговых исследований. Программное обеспечение для сбора рекламной информации. Программное обеспечение для анализа рекламной информации. Программное обеспечение для медиаисследований и медиапланирования.

Программы подготовки электронных презентаций. Обзор программ разработки презентаций. Возможности Microsoft Power Point.

Графические редакторы. Растровая и векторная компьютерная графика. Достоинства, недостатки, область применения.

## **Тема 3. Интернет и сетевые технологии в рекламе и связях с общественностью**

Компьютерные сети. Основные понятия. Локальные компьютерные сети. Глобальная информационная сеть Интернет. Браузер. Адресация в Интернете. Информационные ресурсы (службы) Интернет.

Реклама в интернете. Особенности рекламы в Интернете. Состояние рынка электронной коммерции и Internet-рекламы. Контекстная реклама. Реклама с помощью электронной (e-mail) рассылки. Реклама в телеконференциях. Баннер, баннерные сети.

Web-сайт компании. Модели сайтов. Позиционирование сайта. Методы продвижения сайта в интернете.

Электронный Public Relations. Возможности и эффективные инструменты e-PR. Исследования в Интернете. Связи с прессой в режиме online. PR-кампания в Интернете. Корпоративный сайт как инструмент e-PR.

### **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы по дисциплине (модулю)**

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях».

### **6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Фонд оценочных средств приведен в Приложении 1.

## **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### **Основная литература:**

1. Базовые и прикладные информационные технологии : учебник / В.А. Гвоздева. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2019. — 383 с. ЭБС Знаниум. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1019243>
2. Основы информационных технологий в рекламе: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 "Реклама" / Макарова Т.В., Ткаченко О.Н., Капустина О.Г.; Под ред. Дмитриева Л.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 271 с.ЭБС Знаниум. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=1028736>
3. Информационные технологии управления : учебник / Б.В. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 368 с. ЭБС Знаниум. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/954481>

### **Дополнительная литература:**

1. Информационные технологии управления : учебник / Б.В. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2017. — 368 с. ЭБС Знаниум. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=545268>
2. Самойленко, А. П. Информационные технологии статистической обработки данных : учебное пособие / А. П. Самойленко, О. А. Усенко ; Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2017. - 126 с. ЭБС Знаниум. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=1021591>
3. Гаврилов Л.П. Информационные технологии в коммерции: Учебное пособие / Л.П. Гаврилов. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 238 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/194901>

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

### **Интернет-ресурсы:**

<http://www.znanium.com> – ЭБС,  
<http://www.advertme.ru/> - портал Менеджмент, Маркетинг, Реклама, PR  
<https://adindex.ru/> - портал новостей рекламы и маркетинга

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины приведены в Приложении 2 к настоящей рабочей программе.

## **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Microsoft Office.

## **Информационные справочные системы:**

### **Ресурсы информационно-образовательной среды МГОТУ.**

Рабочая программа и методическое обеспечение по дисциплине «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях».

## **11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

### **Лекционные занятия:**

- аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран);
- комплект электронных презентаций / слайдов;
- программные продукты: Microsoft Office.

### **Прочее:**

- рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
- рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет.

### **Практические занятия:**

- Аудитория, оснащенная мультимедийными средствами (интерактивная доска).
- рабочее место преподавателя, оснащенное ПК с доступом в глобальную сеть Интернет;
- рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в глобальную сеть Интернет и установленным программным обеспечением.



**Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации  
обучающихся по дисциплине**

***ИНСТИТУТ ТЕХНИКИ И ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ***

***ФАКУЛЬТЕТ ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫХ СИСТЕМ И ТЕХНОЛОГИЙ***

***КАФЕДРА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И УПРАВЛЯЮЩИХ  
СИСТЕМ***

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)  
«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И БАЗЫ ДАННЫХ В  
ПРИКЛАДНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ»  
(Приложение 1 к рабочей программе)**

**Направление подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Направленность (профиль): Современные коммуникационные технологии  
и рекламная деятельность  
Уровень высшего образования: бакалавриат  
Форма обучения: очная, заочная**

Королев  
2021

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

№ п/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции	Раздел дисциплины, обеспечивающий формирование компетенции	В результате изучения раздела дисциплины, обеспечивающего формирование компетенции, обучающийся приобретает:		
				Трудовые действия	Необходимые умения	Необходимые знания
1.	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;	Темы 1-3	ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.	ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
2.	ПК-10	способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Темы 1-3	ПК-10.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	ПК-10.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	ПК-10.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

## 2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код компетенции	Инструменты, оценивающие сформированность компетенции	Показатель оценивания компетенции	Критерии оценки
ОПК-6, ПК-10	Тест	Проводится письменно. Время, отведенное на процедуру - 30 минут. А) полностью сформирована (компетенция освоена на высоком уровне) – 90% правильных ответов Б) частично сформирована: компетенция освоена на продвинутом уровне –	Критерии оценки определяются общим уровнем изученного материала.  5 баллов (отлично) – знание общего определения понятия информации, информационного общества, технических средств и информационно-коммуникационных технологий; 4 балла (хорошо) – знание общего определения понятия

		70% правильных ответов; компетенция освоена на базовом уровне – от 51% правильных ответов; В) не сформирована (компетенция не сформирована) – менее 50% правильных ответов	информации, информационного общества, информационно-коммуникационных технологии; 3 балла (удовлетворительно) – знание общего определения понятия информации, информационного общества; 2 балла (неудовлетворительно) – незнание материала. Неявка – 0 баллов. Максимальная оценка – 5 баллов.
--	--	--	---

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

**Тестовые задания**

**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;

**Задание на выбор одного правильного ответа**

**1. Компьютеры одной организации, связанные каналами передачи информации для совместного использования общих ресурсов и периферийных устройств и находящиеся в одном здании, называют сетью:**

- (?) территориальной
- (!) локальной
- (?) глобальной

**2. Компьютер, предоставляющий свои ресурсы другим компьютерам при совместной работе, называется:**

- (?) коммутатором
- (!) сервером
- (?) адаптером

**3. Интернет – это? (возможно несколько вариантов ответа)**

- (?) локальная сеть
- (!) глобальная сеть
- (!) всемирная система объединенных компьютерных сетей для хранения и передачи данных.
- (?) региональная сеть

**4. Какой тип линий, используемый в глобальных сетях, менее надёжен?**

- (?) спутниковая связь
- (?) оптоволоконные линии
- (!) коммутируемые телефонные линии связи

**5. Выберите домен верхнего уровня в Интернете, принадлежащий России:**

- (?) ru
- (?) ro

(!) ru

**6. Yandex.ru является**

(?) браузером

(?) программой, обеспечивающей доступ в Интернет

(!) поисковым сервером

**7. Систематизированное (структурированное) хранилище информации?**

(!) База данных

(?) Хранилище

(?) Склад информации

**8. Организация-владелец узла глобальной сети – это ...**

(!) провайдер

(?) сервер

(?) домен

**9. Web-страница (документ HTML) представляет собой:**

(?) текстовый файл с расширением txt или doc;

(!) текстовый файл с расширением htm или html;

(?) двоичный файл с расширением com или exe;

**10. Обязательный объект файла базы данных, в котором хранится информация в виде однотипных записей, которые в свою очередь состоят из совокупностей отдельных полей – это ...**

(?) Запросы

(!) Таблица

(?) Формы и отчеты

**Задание с открытыми вопросами**

**1. Информационная система – это ...**

**Ответ:** организованные человеком системы сбора, хранения, обработки и передачи информации

**2. Сайт– это ...**

**Ответ:** набор WEB-страниц, принадлежащих частному лицу или организации

**3. Информационные технологии - это ...**

**Ответ:** совокупность методов и программно-технических средств, обеспечивающих сбор, обработку, хранение, распределение и отображение информации

**4. Информационно-коммуникационные технологии – это ...**

**Ответ:** цифровые технологии, используемые для создания, анализа, передачи и распространения информации

**5. Информационное общество это ...**

**Ответ:** общество, в котором большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации –

**7. База данных это?**

**Ответ:** систематизированное (структурированное) хранилище информации –

**8. Чем является Yandex.ru?**

**Ответ:** поисковым сервером

**9. Компьютер, предоставляющий свои ресурсы другим компьютерам при совместной работе – это ...**

**Ответ:** сервер

## 10. Локальная сеть– это ...

**Ответ:** компьютеры одной организации, связанные каналами передачи информации для совместного использования общих ресурсов и периферийных устройств и находящиеся в одном здании

### Задание на соответствие

#### 1. Соотнесите научное понятие и его определение

Понятие	Определение
1. Сайт	А) цифровые технологии, используемые для создания, анализа, передачи и распространения информации
2. Информационно-коммуникационные технологии	Б) общество, в котором большинство работающих занято производством, хранением, переработкой и реализацией информации
3. Информационное общество	В) компьютер, предоставляющий свои ресурсы другим компьютерам при совместной работе
4. Сервер	Г) набор WEB-страниц, принадлежащих частному лицу или организации

**Ответы:** 1. – Г; 2. – А; 3. – Б; 4. – В

<b>ПК-10</b> - способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
--

### Задание на выбор правильного ответа

#### 1. Организация-владелец узла глобальной сети это:

- (!) провайдер
- (?) сервер
- (?) домен

#### 2. Программы для просмотра WEB-страниц называются:

- (?) модемами;
- (!) браузерами;
- (?) электронной почтой

#### 3. Систематизированное (структурированное) хранилище информации это?

- (!) База данных
- (?) Хранилище
- (?) Склад информации

#### 4. В каких случаях, и с какой целью создаются базы данных?

- (?) Для удобства набора текста
- (?) Когда необходимо быстро найти какой-либо файл на компьютере
- (!) Когда необходимо отследить, проанализировать и хранить информацию за определенный период времени

**5. Что называется основным, обязательным объектом файла базы данных, в котором хранится информация в виде однотипных записей, которые в свою очередь состоят из совокупностей отдельных полей?**

- (?) Запросы
- (!) Таблица
- (?) Формы и отчеты

**6. Программы для просмотра WEB-страниц называются:**

- (?) модемами;
- (!) браузерами;
- (?) электронной почтой

**7. Web-страница (документ HTML) представляет собой:**

- (?) текстовый файл с расширением txt или doc;
- (!) текстовый файл с расширением htm или html;
- (?) двоичный файл с расширением com или exe;

**8. Назовите способы создания таблиц в Microsoft Access?**

- (!) В режиме конструктора, при помощи мастера, путем введения данных
- (?) В режиме проектировщика, мастера, планировщика
- (?) В режиме планировщика, конструктора, проектировщика

**9. Какие предусмотрены в Microsoft Access типы данных?**

- (?) Числовой, текстовый и денежный
- (?) Поле объекта OLE
- (!) Подходят все перечисленные ответы

**10 Yandex.ru является**

- (?) браузером
- (?) программой, обеспечивающей доступ в Интернет
- (!) поисковым сервером

### **Задание с открытыми вопросами**

**1. Совокупность методов и программно-технических средств, обеспечивающих сбор, обработку, хранение, распределение и отображение информации - это ...**

**Ответ:** информационные технологии

**2. Организованные человеком системы сбора, хранения, обработки и передачи информации – это ...**

**Ответ:** информационная система

**3. Набор WEB-страниц, принадлежащих частному лицу или организации— это**

**Ответ:** сайт

**4. Сбор данных с целью их последующего анализа и формирования выводов и рекомендаций, это.**

**Ответ:** статистическое исследование

**5. Совокупность данных, организованных для эффективного получения достоверной информации это**

**Ответ:** информационные ресурсы

6. Представление или описание оригинала, которое позволяет замещать оригинал для его лучшего изучения, исследования, описания его свойств – это: \_

Ответ: модель

7. Абонент сети, предоставляющий услуги другим абонентам это – Ответ: сервер

Формальный набор правил и соглашений, которые определяют способы организации обмена данными в сети это

Ответ: протокол

8. Совокупность информационных, технических программных, лингвистических, организационных и правовых ресурсов, которые обеспечивают специалисту информационную поддержку выполнения его профессиональных функций – это

Ответ: АРМ

9. Чем является браузер?

Ответ: средством просмотра Web-страниц

10. Программ для просмотра WEB-страниц это:

Ответ: браузер

#### 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Формой контроля знаний по дисциплине «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» являются текущая аттестация в виде тестирования и промежуточная аттестация в виде зачета с оценкой.

Неделя текущего контроля	Вид оценочного средства	Код компетенций, оценивающий знания, умения, навыки	Содержание оценочного средства	Требования к выполнению	Срок сдачи (неделя семестра)	Критерии оценки по содержанию и качеству с указанием баллов
Согласно графика учебного процесса	Тестирование	ОПК-6, ПК-10	20 вопросов	Компьютерное тестирование; время отведенное на процедуру – 30 минут	Результаты тестирования предоставляются в день проведения процедуры	<b>Критерии оценки</b> определяются процентным соотношением. Не явка -0 <b>Удовлетворительно</b> - от 51% правильных ответов. <b>Хорошо</b> – от 70%. <b>Отлично</b> – от 90%. Максимальная оценка – 5 баллов.
Согласно графика учебного процесса	Зачет с оценкой	ОПК-6, ПК-10	20 вопросов	Зачет с оценкой проводится в форме компьютерного	Результаты предоставляются в день проведения зачета с оценкой	<b>Критерии оценки</b> определяются процентным соотношением. Не явка -0 <b>Удовлетворитель</b>

				тестирования. Время, отведенное на процедуру – 30 минут. Количество баллов, необходимое для допуска к зачету – 51.		<b>но</b> - от 51% правильных ответов. <b>Хорошо</b> – от 70%. <b>Отлично</b> – от 90%. Максимальная оценка – 5 баллов.
--	--	--	--	---	--	--

Итоговое начисление баллов по дисциплине осуществляется в соответствии с разработанной и внедренной балльно-рейтинговой системой контроля и оценивания уровня знаний и внеучебной созидательной активности обучающихся.

**Зачет с оценкой проводится путем проведения компьютерного тестирования (вопросы тестирования прилагаются выше)**



Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

***ИНСТИТУТ ТЕХНИКИ И ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ***

***ФАКУЛЬТЕТ ИНФОКОММУНИКАЦИОННЫХ СИСТЕМ И ТЕХНОЛОГИЙ***

***КАФЕДРА ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И УПРАВЛЯЮЩИХ СИСТЕМ***

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ  
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)  
«ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И БАЗЫ ДАННЫХ В  
ПРИКЛАДНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ»  
(Приложение 2 к рабочей программе)**

**Направление подготовки: 42.03.01- Реклама и связи с общественностью**

**Направленность (профиль): Современные коммуникационные технологии и рекламная деятельность**

**Уровень высшего образования: бакалавриат**

**Форма обучения: очная, заочная**

Королев

2021

## 1. Общие положения

**Целью** изучения дисциплины является:

- изучение информационных технологий, используемых для решения профессиональной деятельности;
- формирование навыков применения информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.

Основными **задачами** дисциплины являются:

- Освоение базовых понятий информационных технологий.
- Изучение принципов работы и инноваций в области информационных технологий.
- Овладение навыками применения информационных технологий и баз данных для решения задач в профессиональной сфере.

## 2. Указания по проведению практических занятий

### Практическое занятие 1.

Вид практического занятия: *смешанная форма практического занятия.*

Образовательная технология: *дискуссия*

Тема и содержание практического занятия: Информация, информационные ресурсы.

*Вопросы для обсуждения:*

1. Информация и ее свойства.
2. Понятие, виды и функции информации в рекламе.
3. Система маркетинговой информации.

Продолжительность занятия – 2/- часа

### Практическое занятие 2

Вид практического занятия: *смешанная форма практического занятия.*

Образовательная технология: *дискуссия*

Тема и содержание практического занятия: информационные технологии

*Вопросы для обсуждения:*

1. Классификация информационных технологий
2. ИТ в рекламе и связях с общественностью.
3. Информационные системы. Примеры применения.
4. АРМ
5. Экспертные системы

Продолжительность занятия – 2/- ч.

### Практическое занятие 3.

Вид практического занятия: *смешанная форма практического занятия.*

Образовательная технология: *дискуссия*

Тема и содержание практического занятия: Программное обеспечение.

*Вопросы для обсуждения:*

1. Системное ПО.
2. Инструментальные среды.

### 3. Прикладное ПО.

Продолжительность занятия – 2/- ч.

#### **Практическое занятие 4**

Вид практического занятия: *смешанная форма практического занятия.*

Образовательная технология: *дискуссия*

Тема и содержание практического занятия: прикладное программное обеспечение

*Вопросы для обсуждения:*

1. Растровая и векторная графика.
2. Графические редакторы.
3. Настольные издательские системы.
4. Использование интегрированных пакетов прикладных программ в рекламе и связях с общественностью
5. Мультимедийные технологии в рекламе.
6. Компьютерная графика и анимация в рекламе и и связях с общественностью.
7. Информационные технологии в исследовании аудитории рекламы

Продолжительность занятия – 4/- ч.

#### **Практическое занятие 5**

Вид практического занятия: *смешанная форма практического занятия.*

Образовательная технология: *дискуссия*

Тема и содержание практического занятия: Компьютерные сети

*Вопросы для обсуждения:*

1. Классификация сетей.
2. Топология локальной сети.
3. Глобальные сети.
4. Адресации в сети интернет.
5. Понятие, возможности и инструменты e-PR.
6. Размещение пресс-релизов.
7. Он-лайн конференции.
8. Организация PR-кампаний в Интернете.
9. Информационные службы Интернета.
10. Общие черты и отличия интернет рекламы и традиционной рекламы
11. Виды интернет рекламы.
12. Баннерная реклама.
13. Web-сайт компании
14. Ресурсы Интернета в области рекламы и связях с общественностью.

Продолжительность занятия – 4/- ч.

#### **Практическое занятие 6**

Вид практического занятия: *смешанная форма практического занятия.*

Образовательная технология: *дискуссия*

Тема и содержание практического занятия: информационная безопасность

*Вопросы для обсуждения:*

1. Угроза безопасности информации.

2. Вирусные программы.
  3. Система защиты информации
- Продолжительность занятия – 2/- ч.

### **3. Указания по проведению лабораторного практикума**

Цель и задачи выполнения лабораторных работ: формирование навыков использования информационных технологий для решения профессиональных задач в области рекламы и связях с общественностью.

Методика выполнения лабораторной работы определяется моделью задачи, решаемой студентом на занятии по заданию преподавателя и программных средств, используемых при выполнении лабораторной работы.

#### **Этапы выполнения лабораторных работ:**

1. Анализ постановки задачи.
2. Выбор метода решения задачи.
3. Решение задачи с помощью специального программного обеспечения.
4. Оформление отчета по работе.

#### **Тематика лабораторных работ и задания к ним**

##### ***Лабораторная работа 1.***

Тема: Работа в текстовом редакторе Word. Стили, заголовки, ссылки, колонтитулы.

Цель занятия: получение навыков использования форматирования документов.

Продолжительность занятия – 2/- ч.

##### ***Лабораторная работа 2.***

Тема: Работа в текстовом редакторе Word. Формулы, графические объекты, символы.

Цель занятия: получение навыков создания сложного текстового документа.

Продолжительность занятия – 2/- ч.

##### ***Лабораторная работа 3.***

Тема: Работа с табличным процессором Excel.

Цель занятия: получение навыков ввода и форматирования данных. Построение диаграмм

Продолжительность занятия – 2/- ч.

##### ***Лабораторная работа 4.***

Тема: Работа с табличным процессором Excel.

Цель занятия: получение навыков использования функций.

Продолжительность занятия – 2/- ч.

##### ***Лабораторная работа 5.***

Тема: Работа с СУБД Access.

Цель занятия: получение навыков создания таблиц базы данных и запросов к базе данных. Ввод данных в базу данных.

Продолжительность занятия – 2/- ч.

##### ***Лабораторная работа 6.***

Тема: Создание презентаций.

Цель занятия: получение навыков создания презентаций. Продолжительность занятия – 2/- ч.

### **Лабораторная работа 7**

Тема: Поиск информации в интернет

Цель занятия: получение навыков использования функций.

Продолжительность занятия – 2/- ч.

### **Лабораторная работа 8.**

Тема: создание Web-сайта

Цель занятия: получение навыков создания простого сайта.

Продолжительность занятия – 2/- ч.

## **4. Указания по проведению самостоятельной работы обучающихся**

*Цель самостоятельной работы:* подготовить бакалавров к самостоятельному освоению новых информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности.

Виды самостоятельной работы представлены в таблице 1.

**Таблица 1**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование блока (раздела) дисциплины</b>	<b>Виды СРС</b>
1.	<b>Тема 1.</b> Информационные технологии и информационные системы обработки информации	Подготовка докладов с презентацией Примерная тематика докладов с презентацией: 1. Основные направления и проблемы развития информационных технологий в рекламе. 2. Развитие и совершенствование информационного обеспечения рекламной деятельности. 3. Маркетинговые информационные системы. 4. Справочно-правовые информационные системы 5. Информационные технологии в исследовании аудитории рекламы
2.	<b>Тема 2.</b> Прикладное программное обеспечение деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью	Самостоятельное изучение тем. Подготовка докладов. Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение: 1. Компьютерная графика 2. Программы создания и редактирования графики. 3. Растровая графика. Возможности использования. 4. Векторная графика. Возможности использования Примерная тематика докладов с презентацией: 1. Применение систем управления базами данных и информационных хранилищ в рекламной деятельности. 2. Использование интегрированных пакетов прикладных программ в рекламе и СО. 3. Мультимедийные технологии в рекламе (на примере программ трехмерной анимации и обработки звука). 4. Компьютерная графика и анимация в рекламе и связях с общественностью.
3.	<b>Тема 3.</b> Интернет и сетевые технологии в рекламе и связях с общественностью	Самостоятельное изучение тем. Подготовка докладов. Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение: 1. Язык разметки HTML 2. Структуры HTML-документа 3. Ссылки Примерная тематика докладов с презентацией: 1. Перспективы развития электронной коммерции в России. 2. Использование компьютерных сетей в рекламной деятельности. 3. Internet как рекламное пространство

		4. Перспективы развития электронной коммерции в России. 5. Использование компьютерных сетей в рекламной деятельности. 6. Интернет как рекламное пространство. 7. Программное обеспечение для разработки web-сайтов.
--	--	--

## **5. Указания по проведению контрольных работ для обучающихся очной, заочной формы обучения**

### **5.1 Требования к структуре**

Структура контрольной работы должна способствовать раскрытию темы: иметь титульный лист, содержание, введение, основную часть, заключение и список литературы.

### **5.2 Требования к содержанию (основной части)**

1. Во введении обосновывается актуальность темы, определяется цель работы, задачи и методы исследования.
2. При определении целей и задач исследования необходимо правильно их формулировать. Так, в качестве цели не следует употреблять глагол «сделать». Правильно будет использовать глаголы: «раскрыть», «определить», «установить», «показать», «выявить» и т.д.
3. Основная часть работы включает 2-4 вопроса, каждый из которых посвящается решению задач, сформулированных во введении, и заканчивается констатацией фактов.
4. Приветствуется иллюстрация содержания работы таблицами, графическим материалом (рисунками, схемами и т.д.).
5. Необходимо давать ссылку на используемую литературу.
6. Заключение должно содержать сделанные автором работы выводы, итоги исследования.
7. Вслед за заключением идет список литературы, который должен быть составлен в соответствии с установленными требованиями. Если в работе имеются приложения, они оформляются на отдельных листах, и должны быть соответственно пронумерованы.

### **5.3 Требования к оформлению**

Объем контрольной работы – до 10 страниц формата А4, напечатанного с одной стороны текста (1,5 интервал, шрифт Times New Roman).

## **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы**

### **Основная литература:**

1. Базовые и прикладные информационные технологии : учебник / В.А. Гвоздева. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2019. — 383 с. ЭБС Знаниум. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1019243>
2. Основы информационных технологий в рекламе: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 032401 "Реклама" /

Макарова Т.В., Ткаченко О.Н., Капустина О.Г.; Под ред. Дмитриева Л.М. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 271 с.ЭБС Знаниум. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=1028736>

3. Информационные технологии управления : учебник / Б.В. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2018. — 368 с. ЭБС Знаниум. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/954481>

#### **Дополнительная литература:**

1. Информационные технологии управления : учебник / Б.В. Черников. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2017. — 368 с. ЭБС Знаниум. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=545268>

2. Самойленко, А. П. Информационные технологии статистической обработки данных : учебное пособие / А. П. Самойленко, О. А. Усенко ; Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2017. - 126 с. ЭБС Знаниум. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=1021591>

3. Гаврилов Л.П. Информационные технологии в коммерции: Учебное пособие / Л.П. Гаврилов. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 238 с. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/194901>

#### **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

##### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.znanium.com> – ЭБС
2. <http://www.advertme.ru/> - портал Менеджмент, Маркетинг, Реклама, PR
3. <https://adindex.ru/> - портал новостей рекламы и маркетинга

#### **8. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

**Перечень программного обеспечения:** Microsoft Office

##### **Информационные справочные системы:**

1. Ресурсы информационно-образовательной среды МГОТУ
2. Рабочая программа и методическое обеспечение по дисциплине «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях».