

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 14.02.2025 13:15:10
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

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

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

УТВЕРЖДЕНА
решением методической комиссии по
направлению подготовки 42.03.01
«Реклама и связи с
общественностью»
СЗИУ РАНХиГС
Протокол от «17» июня 2019 г. № 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.07.02 Связи с общественностью в «электронном государстве»

(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

СО в ЭГ

краткое наименование дисциплины (модуля)

по направлению подготовки

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Реклама и связи с общественностью

в государственных и негосударственных организациях

направленность(и) (профиль (и)/специализация(и))

бакалавр

квалификация выпускника

очная

форма(ы) обучения

Год набора – 2019

Санкт-Петербург, 2019 г.

Автор-составитель:

К.социол.н., доцент, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Тарасова Ю.А.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание 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. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 6.4. Нормативные правовые документы
 - 6.5. Интернет-ресурсы
 - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.07.02 «Связи с общественностью в «электронном государстве» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ПК-4	способен разработать маркетинговую стратегию для продукции СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций	ПК-4.5	способность выполнять рабочее задание во всем объеме при выполнении трудовых функций в государственных и негосударственных организациях в сфере рекламы и связей с общественностью; способность осуществлять информационно-коммуникационную деятельность в органах государственной власти и управления, муниципальных органах управления и органах местного самоуправления, поддерживать интернет-ресурс органа власти

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Таблица 2

<i>ОТФ/ТФ</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Организация продвижения продукции СМИ: <ul style="list-style-type: none"> • организация маркетинговых исследований в области СМИ; • разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ; • организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ; • контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ. 	ПК-4.5	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные виды планирования в сфере связей с общественностью и рекламы, методы исследований в рекламе и связях с общественностью, методы подготовки к выпуску рекламной и иной полиграфической продукции; • особенности производства и распространения рекламной продукции; • основные профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; • принципы проведения антикризисных коммуникативных кампаний; • теоретические основы рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности, основные методы взаимодействия с общественностью, законы рекламы и позиционирования товара; • теоретические основы проведения маркетинговых исследований и составления его программы, основные методы изучения и прогнозирования рынка, законы его функционирования. <p>На уровне умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> • составлять стратегические и тактические планы работы и осуществлять контроль исполнения, организовывать взаимодействие подразделений, работу по подготовке макетов рекламной и иной полиграфической продукции; • свободно и грамотно организовать подготовку к выпуску рекламной продукции, включая текстовые и графические,

		<p>рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</p> <ul style="list-style-type: none"> вести подготовку к кризисным ситуациям, проводить оперативные коммуникативные мероприятия при их возникновении; составить программу маркетингового исследования, организовать и провести маркетинговое исследование, спрогнозировать на основе полученных данных дальнейшее развитие рынка, составить подробный отчет и разработать меры по повышению конкурентной позиции организации.
		<p>На уровне навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> навыки формирования планов работы, проведения оценки эффективности работы, формирования отчетов о проделанной работе; навыки производства и распространения рекламной продукции; подготовки коммуникационных мероприятий организации работы антикризисного штаба, подготовки документов для прессы и общественности в кризисный период; технологиями работы с общественностью, методикой составления рекламных и имиджевых материалов, оценки эффективности деятельности; подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; составления рекламных и имиджевых материалов, оценки эффективности деятельности.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Объем дисциплины. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 академ. часов, 135 астроном. часов.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в академ. часах)
Общая трудоемкость	180
Контактная работа с преподавателем	48
Лекции	20
Практические занятия	28
Самостоятельная работа	96
Контроль	36
Формы текущего контроля	устный опрос, тестирование, реферат
Форма промежуточной аттестации	Экзамен – 8 семестр

Место дисциплины. Дисциплина Б1.В.ДВ.07.01 «Связи с общественностью в «электронном государстве» относится к дисциплинам по выбору. Дисциплина изучается в 8 семестре и закладывает теоретический и методологический фундамент для работы выпускника в политических партиях, избирательных комиссиях различного уровня, а также при прохождении преддипломной практики и для подготовки выпускной квалификационной работы.

«Входными» для ее освоения являются знания, умения и навыки, полученные обучающимися в процессе изучения таких дисциплин, как «Социология массовых коммуникаций», «Деловые отношения и делопроизводство».

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению маркетингового и технологического типов задач в будущей профессиональной деятельности.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Учебно-тематический план

Таблица 4

Наименование темы	Всего	Объем дисциплины (модуля), час.					Самост. работа	Формы контроля (очно/заочно)
		Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий						
		Л	ЛР	ПЗ	КСР			
Очная форма обучения								
Тема 1. Культурно-исторические предпосылки формирования «электронного государства»	28	4		8		16	УО*/Т**	
Тема 2. Нормативно-правовая база функционирования «электронного государства»	25	4		6		15	УО*/Т**	
Тема 3. Информационно-коммуникативные технологии и ресурсы органа власти в сети Интернет	30	4		6		20	УО*/Т**/ Р***	
Тема 4. Основные федеральные и региональные порталы государственных и муниципальных услуг (функций) и правила работы с ними.	40	4		6		30	УО*/Т**	
Тема 5. Система электронного голосования на выборах.	21	4		2		15	УО*/ Т**	
Промежуточная аттестация	36/27						Экзамен	
ИТОГО	180/135	20/15		28/21	2*	96/72		

*Контактная самостоятельная работа не входит в общий объем часов дисциплины

УО* - устный опрос

Т** - тестирование

Р*** – реферат

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Культурно-исторические предпосылки формирования «электронного государства»

Понятие «информационное общество» и его характеристики. Потребности социума в информационном обществе. Роль информации и способы ее получения в постиндустриальном обществе. Понятие и концепция «электронного государства». Зарубежный опыт становления, развития и функционирования «электронного государства». Предпосылки формирования «электронного государства» в России. Федеральная целевая программа «Электронная Россия» 2002-2010 гг. Цели и задачи Концепции «Электронное Правительство». Приоритеты, направления и этапы формирования электронного

правительства. Управление формированием электронного правительства. Государственная программа Российской Федерации «Информационное общество» 2011-2020 гг. Основные подпрограммы и их цели.

Тема 2. Нормативно-правовая база функционирования «электронного государства»

Постановление Правительства Российской Федерации от 12.02.2003 г. «Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства РФ и федеральных органов исполнительной власти». Постановление Правительства Российской Федерации от 24 октября 2011 г. N 861 г. Москва «О федеральных государственных информационных системах, обеспечивающих предоставление в электронной форме государственных и муниципальных услуг». Положение о федеральной государственной информационной системе «Федеральный реестр государственных и муниципальных услуг (функций)», Правила ведения федеральной государственной информационной системы "Федеральный реестр государственных и муниципальных услуг (функций)". Положение о федеральной государственной информационной системе "Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)".

Тема 3. Информационно-коммуникативные технологии и ресурсы органа власти в сети Интернет

Информационно-аналитическая деятельность органов власти. Системы информационно-аналитической поддержки органов государственной власти и управления. Региональные информационные центры и Российская информационно-аналитическая система. Главные задачи, цели функционирования, принципы построения и организационная структура. Организация и ведение официального сайта органа власти. Типичный формат официального сайта государственной структуры. Художественные и функциональные особенности. Виды сайтов в зависимости от его структуры. Официальные сайты органов власти РФ. Блоги должностных лиц и правила работы с ними. Работа с социальными сетями органов власти. Формы обратной связи с общественностью в сети Интернет.

Тема 4. Основные федеральные и региональные порталы государственных и муниципальных услуг (функций) и правила работы с ними.

Портал госуслуг: beta.gosuslugi.ru. Портал государственных и муниципальных услуг Санкт-Петербурга: gu.spb.ru. Региональные порталы государственных и муниципальных услуг. Структура порталов. Категории получателей электронных услуг. Виды услуг для физических и юридических лиц. Многофункциональные центры предоставления государственных и муниципальных услуг.

Тема 5. Система электронного голосования на выборах

Общая идеология системы электронного голосования. Государственная автоматизированная система (ГАС) «Выборы». Цели и задачи системы ГАС «Выборы». Функциональные контуры системы. Общественно-информационный контур системы. Интернет-портал системы. Электронные опросы при помощи компакт-диска. Опрос при помощи мобильного телефона. Опрос при помощи социальной карты. Зарубежный опыт внедрения и использования системы электронного голосования. Практическая реализация системы электронного голосования в России.

4. 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 Б1.В.ДВ.07.02 «Связи с общественностью в «электронном государстве используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, тестирование;
- при контроле результатов самостоятельной работы студентов: реферат.

На занятиях для решения воспитательных и учебных задач применяются следующие формы интерактивной работы: диалого-дискуссионное обсуждение проблем, поисковый метод, исследовательский метод, деловые игры, разбор конкретных ситуаций.

4.1.2. Экзамен проводится с применением следующих методов: устное собеседование по вопросам билета и выполнение практического задания.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Вопросы для устного опроса на семинарах

Вопросы к теме 1:

Понятие «информационное общество» и его характеристики.

2. Потребности социума в информационном обществе.

3. Роль информации и способы ее получения в постиндустриальном обществе.

4. Понятие и концепция «электронного государства».

5. Зарубежный опыт становления, развития и функционирования «электронного государства».

6. Предпосылки формирования «электронного государства» в России.

7. Федеральная целевая программа «Электронная Россия» 2002-2010 гг.

8. Цели и задачи Концепции «Электронное Правительство».

9. Приоритеты, направления и этапы формирования электронного правительства.

10. Управление формированием электронного правительства.

11. Государственная программа Российской Федерации «Информационное общество» 2011-2020 гг. Основные подпрограммы и их цели.

Вопросы к теме 2

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 12.02.2003 г. «Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства РФ и федеральных органов исполнительной власти».

2. Постановление Правительства Российской Федерации от 24 октября 2011 г. N 861 г. Москва «О федеральных государственных информационных системах, обеспечивающих предоставление в электронной форме государственных и муниципальных услуг».

3. Положение о федеральной государственной информационной системе «Федеральный реестр государственных и муниципальных услуг (функций)»,

4. Правила ведения федеральной государственной информационной системы "Федеральный реестр государственных и муниципальных услуг (функций)".

5. Положение о федеральной государственной информационной системе "Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)".

Вопросы к теме 3:

1. Информационно-аналитическая деятельность органов власти. 2. Системы информационно-аналитической поддержки органов государственной власти и управления.
3. Региональные информационные центры и Российская информационно-аналитическая система.
4. Главные задачи, цели функционирования, принципы построения и организационная структура.
5. Организация и ведение официального сайта органа власти. 6. Типичный формат официального сайта государственной структуры. Художественные и функциональные особенности.
7. Виды сайтов в зависимости от его структуры.
8. Официальные сайты органов власти РФ.
9. Блоги должностных лиц и правила работы с ними.
10. Работа с социальными сетями органов власти.
11. Формы обратной связи с общественностью в сети Интернет.

Вопросы к теме 4:

1. Портал госуслуг: beta.gosuslugi.ru.
2. Портал государственных и муниципальных услуг Санкт-Петербурга: gu.spb.ru.
3. Региональные порталы государственных и муниципальных услуг.
4. Структура порталов.
5. Категории получателей электронных услуг.
6. Виды услуг для физических и юридических лиц. 7. Многофункциональные центры предоставления государственных и муниципальных услуг.

Вопросы к теме 5:

1. Общая идеология системы электронного голосования.
2. Государственная автоматизированная система (ГАС) «Выборы».
3. Цели и задачи системы ГАС «Выборы».
4. Функциональные контуры системы.
5. Общественно-информационный контур системы.
6. Интернет-портал системы.
7. Электронные опросы при помощи компакт-диска.
8. Опрос при помощи мобильного телефона.
9. Опрос при помощи социальной карты.
10. Зарубежный опыт внедрения и использования системы электронного голосования.
11. Практическая реализация системы электронного голосования в России.

Примеры тестовых заданий по дисциплине

Тема 1

1. Электронное государство - это:
 - 1) способ осуществления информационных аспектов государственной деятельности, основанный на использовании ИКТ-систем
 - 2) деятельность, использующая совокупность средств и методов сбора, обработки и передачи данных для получения информации нового качества о состоянии объекта или процесса
 - 3) система объединённых компьютерных сетей для хранения и передачи информации.

Тема 2

2. В каком году в России была принята первая Программа, ознаменовавшая переход к электронному государству:

- 1) 1995;
- 2) 2002;
- 3) 2010;

Тема 3

3. Что предшествовало появлению электронного государства:

- 1) Открытое общество, открытая экономика;
- 2) Открытый сбыт, открытый рынок;
- 3) Открытые связи;

Тема 4

4. К формам обратной связи органа власти с населением в сети Интернет относятся:

- 1) комментарии;
- 2) обращения;
- 3) вопросы;
- 4) все вышеперечисленное.

Тема 5

5. Что такое контент сайта?

это вся информация, которая есть на сайте: тексты, картинки, музыка

это только тексты на сайте

Это реклама в поисковой базе

Это текст на сайте, разбитый на блоке: новости, акции, статьи

6. Какой из перечисленных ресурсов относится к SMM продвижению:

электронная почта

социальные сети

семантическое ядро

Примерные темы рефератов (тема 3)

1. Сеть Интернет как канал коммуникации. Отличия сети Интернет как канала коммуникации от традиционных каналов маркетинговых коммуникаций.
2. Роль сети интернет в продвижении имиджа органа власти
3. Ресурсы Интернет для реализации деятельности органа государственной власти.
4. Общая характеристика проблем, связанных с использованием сети Интернет в деятельности по связям с общественностью органа власти.
5. Ресурсы органа власти в сети Интернет.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Таблица 5(1)

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ПК-4	способен разработать маркетинговую стратегию для	ПК-4.5	способность выполнять рабочее задание во всем объеме при выполнении трудовых

	продукции СМИ в интересах государственных и негосударственных организаций		функций в государственных и негосударственных организациях в сфере рекламы и связей с общественностью; способность осуществлять информационно-коммуникационную деятельность в органах государственной власти и управления, муниципальных органах управления и органах местного самоуправления, поддерживать интернет-ресурс органа власти
--	---	--	---

Таблица 5(2)

<i>Этап освоения компетенции</i>	<i>Показатель оценивания</i>	<i>Критерий оценивания</i>
ПК-4.5	Студент применяет на практике теоретические основы рекламной деятельности.	Студент свободно ориентируется в электронной среде органов власти, адекватно составляет тексты для связей с общественностью.

Структура экзаменационного билета: в каждом билете по 2 вопроса и практическая часть с практическим заданием, которое позволяет проверить степень овладения умениями и навыками.

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Понятие «информационное общество» и его характеристики.
2. Роль информации и способы ее получения в постиндустриальном обществе.
3. Понятие и концепция «электронного государства».
4. Зарубежный опыт становления, развития и функционирования «электронного государства».
5. Предпосылки формирования «электронного государства» в России.
6. Федеральная целевая программа «Электронная Россия» 2002-2010 гг. Цели и задачи Концепции «Электронное Правительство».
7. Приоритеты, направления и этапы формирования электронного правительства.
8. Управление формированием электронного правительства.
9. Государственная программа Российской Федерации «Информационное общество» 2011-2020 гг. Основные подпрограммы и их цели.
10. Нормативно-правовая база функционирования «электронного государства»
11. Основные положения Постановления Правительства Российской Федерации от 12.02.2003 г. «Об обеспечении доступа к информации о деятельности Правительства РФ и федеральных органов исполнительной власти».
12. Положение о федеральной государственной информационной системе «Федеральный реестр государственных и муниципальных услуг (функций)».
13. Правила ведения федеральной государственной информационной системы "Федеральный реестр государственных и муниципальных услуг (функций)".
14. Положение о федеральной государственной информационной системе "Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)".
15. Информационно - коммуникативные технологии и ресурсы органа власти в сети Интернет
16. Информационно-аналитическая деятельность органов власти.
17. Системы информационно-аналитической поддержки органов государственной власти и управления.

18. Региональные информационные центры и Российская информационно-аналитическая система.
19. Главные задачи, цели функционирования, принципы построения и организационная структура.
20. Организация и ведение официального сайта органа власти. Типичный формат официального сайта государственной структуры. Художественные и функциональные особенности.
21. Виды сайтов в зависимости от его структуры. Официальные сайты органов власти РФ.
22. Блоги должностных лиц и правила работы с ними.
23. Работа с социальными сетями органов власти.
24. Формы обратной связи с общественностью в сети Интернет.
25. Основные федеральные и региональные порталы государственных и муниципальных услуг (функций) и правила работы с ними.
26. Портал госуслуг: beta.gosuslugi.ru. Портал государственных и муниципальных услуг Санкт-Петербурга: gu.spb.ru.
27. Региональные порталы государственных и муниципальных услуг. Структура порталов. Категории получателей электронных услуг. Виды услуг для физических и юридических лиц.
28. Многофункциональные центры предоставления государственных и муниципальных услуг.
29. Система электронного голосования на выборах
30. Общая идеология системы электронного голосования.
31. Государственная автоматизированная система (ГАС) «Выборы». Цели и задачи системы ГАС «Выборы». Функциональные контуры системы. Общественно-информационный контур системы.
32. Интернет-портал ГАС «Выборы».
33. Электронные опросы при помощи мобильных устройств.
34. Зарубежный опыт внедрения и использования системы электронного голосования.
35. Практическая реализация системы электронного голосования в России.

Пример практического задания

Проанализируйте с точки зрения информативности и удобства ресурс органа власти в сети Интернет (по выбору студента). Сформулируйте свои предложения по его совершенствованию.

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Ведущий преподаватель дисциплины разрабатывает схему расчета рейтинговых баллов по дисциплине. Схема расчетов формируется в соответствии с учебным планом, утверждается руководителем образовательного направления и доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию о видах учебной работы, видах текущего контроля, виде промежуточной аттестации по дисциплине, а также иную информацию, влияющую на начисление баллов обучающимся.

Усвоение студентом всего объема дисциплины максимально оценивается в 100 баллов.

В институте устанавливается следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

Расчет итоговой рейтинговой оценки:

Таблица 6

Количество баллов	Оценка	
	прописью	буквой
96-100	отлично	А
86-95	отлично	В
71-85	хорошо	С
61-70	хорошо	D
51-60	удовлетворительно	Е

4.4. Методические материалы Описание системы оценивания

Таблица 7

Оценочные средства (формы текущего и промежуточного контроля)	Показатели оценки	Критерии оценки
Устный опрос по вопросам семинара	<ul style="list-style-type: none"> Корректность и полнота ответов 	<ul style="list-style-type: none"> Полный, развернутый и подкрепленный языковыми примерами ответ – 2 балла Неполный ответ – 0,5-1 балл Неверный ответ – 0 баллов
Тестирование	<ul style="list-style-type: none"> Процент правильных ответов на вопросы теста. 	<p>Менее 60% – 0 баллов; 61 - 75% – 3 балла; 76 - 90% – 4 балла; 91 - 100% – 5 баллов.</p>
Реферат	<ul style="list-style-type: none"> актуальность проблемы и темы полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал грамотность и культура изложения 	<ul style="list-style-type: none"> новизна проблемы max - 1 балл степень раскрытия сущности проблемы max - 1 балл обоснованность выбора источников max. – 1 балл соблюдение требований к оформлению. max - 2 балла
Экзамен	Корректность и полнота ответа с опорой на терминологический аппарат дисциплины и приведением примеров	<p>Полный иллюстрированный ответ – 15-20 баллов Неполный ответ с примерами – 10-15 баллов Неполный ответ без примеров – 5-10 баллов Неполный ответ и незнание понятийно-терминологического аппарата дисциплины – 0 баллов</p>

Экзамен проходит в форме устного собеседования по вопросам билета. На подготовку к ответу дается 45 минут. На экзамене предусмотрено выполнение практического задания в качестве практической части билета. *Структура экзаменационного билета:* в каждом билете по 2 вопроса и практическое задание. Итоговая оценка по дисциплине выставляется с учетом набранных на аудиторных занятиях баллов.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При подготовке реферативных работ к семинарам студенты должны изучить требования следующих государственных стандартов:

- ГОСТ Р 7.9-95 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Реферат и аннотация. Общие требования». Разработан Всероссийским институтом научной и технической информации. Введен в действие постановлением Комитета РФ по стандартизации, метрологии и сертификации от 27 февраля 1996 г. № 108. Введен в действие с 1 июля 1997 г.
- ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления». Подготовлен Российской книжной палатой. Утвержден приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 28 апреля 2008 г. № 95-ст. Введен в действие с 1 января 2009 г.

Семинарские занятия строятся в двух формах:

- 1) обсуждение рефератов, подготовленных студентами в ходе самостоятельной работы;
- 2) выполнение тестовых заданий.

Главная цель семинарских занятий – обеспечить студентам возможность овладеть навыками и умениями использования теоретического знания применительно к особенностям изучаемой отрасли.

Работа со списком литературы. Основная литература осваивается в полном объеме. Дополнительная литература факультативная для освоения.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы [Электронный ресурс]: С.Н. Бердышев. – М.: Дашков и К, 2012. (<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://www.iprbookshop.ru/5983.html>)
2. Осадчук Е.В. Конкурентоспособность в Интернете: как сделать свой проект успешным: [Электронный ресурс]. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2015. (<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://e.lanbook.com/view/book/66134/>)
3. Петренко С.А. Политика безопасности компании при работе в Интернете [Электронный ресурс]. – М.: ДМК Пресс [и др.], 2011. (<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://www.iprbookshop.ru/7652.html>)

6.2. Дополнительная литература

1. Севостьянов И.О. Поисковая оптимизация: практическое руководство по продвижению сайта в Интернете [Электронный ресурс]. – СПб. [и др.]: Питер, 2012. (<http://idp.nwipa.ru:2048/login?url=http://ibooks.ru/reading.php?productid=28378>)

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»

- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист-Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов *Электронная Библиотека Диссертаций* РГБ
- Информационно-правовые базы *Консультант плюс, Гарант. Англоязычные ресурсы*
- *EBSCO Publishing* – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов;
- *Emerald* – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

6.4. Нормативные правовые документы

1. О средствах массовой информации: Федеральный Закон от 27.12.1991 № 2124-1 (ред. от 19.04.2013). - URL: <http://www.consultant.ru/popular/smi/> (дата обращения 20.06.2014).
2. О рекламе: Федеральный Закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 07.06. 2013 № 108-ФЗ). - URL: http://www.consultant.ru/popular/advert/26_1.html (дата обращения 20.06. 2014).

6.5. Интернет-ресурсы

Официальные сайты профессиональных сообществ в сфере связей с общественностью и рекламы:

1. <http://www.raso.ru>
2. <http://www.sovet reklama.org>

6.6. Иные источники

При изучении дисциплины иные источники не используются

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

*Компьютерные и информационно-коммуникативные средства.
Технические средства обучения*

Таблица 8

№ п/п	Наименование
----------	--------------

1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.
3.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства Microsoft.