

ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

1. Цель освоения дисциплины

Сформировать компетенции осуществления Интернет-коммуникаций в рекламе и связях с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Интернет-коммуникации в Рекламе и связях с общественностью» относится к вариативной части блока дисциплин и является дисциплиной по выбору.

Для освоения дисциплины «Интернет-коммуникации в Рекламе и связях с общественностью» обучающиеся используют знания, умения, способы деятельности и установки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Интегрированные коммуникации», «Бренд в социокультурной сфере», «Дизайн рекламного-коммуникационного продукта», «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере», «Политическая реклама», «Социальная реклама», «Социокультурный консалтинг в рекламе и связях с общественностью», «Технологии формирования имиджа в социокультурной сфере».

Освоение данной дисциплины является необходимой основой для последующего изучения дисциплины «Информационно-организационные технологии в рекламе и связях с общественностью».

3. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины выпускник должен обладать следующими компетенциями:

– способен создавать и редактировать информационные ресурсы (ПК-1).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать

- место, роль и тенденции развития современных телекоммуникационных технологий;
- принципы осуществления интернет-коммуникации в информационном обществе;
- назначение и возможности информационных технологий в исследованиях, планировании и оценке эффективности деятельности в области связей с общественностью;
- требования и границы применимости мультимедийных продуктов, создаваемых с использованием офисных технологий;

уметь

- использовать сервисы и ресурсы сети Интернет, мультимедиа технологии и продукты для осуществления профессионального взаимодействия в информационной среде;
- использовать сервисы и ресурсы сети Интернет, мультимедиа технологии и продукты для эффективного решения типовых профессиональных задач специалиста в области связи с общественностью;
- осуществлять математическую обработку результатов социологических исследований с использованием инструментальной основы информационных технологий;
- создавать мультимедийные презентации и публикации, используя офисные технологии и сервисы сети Интернет;

владеть

- приемами информационной деятельности в информационном обществе и сети Интернет;
- приемами осуществления интернет-коммуникации;
- офисными технологиями на уровне продвинутого пользователя;

- опытом использования офисных технологий для создания публикаций; приемами разработки рекламы в сети Интернет;
- приемами разработки рекламы в сети Интернет.

4. Общая трудоёмкость дисциплины и её распределение

количество зачётных единиц – 5,
общая трудоёмкость дисциплины в часах – 180 ч. (в т. ч. аудиторных часов – 30 ч., СРС – 141 ч.),
распределение по семестрам – 7,
форма и место отчётности – экзамен (7 семестр).

5. Краткое содержание дисциплины

Современные телекоммуникационные технологии.

Телекоммуникационные технологии: характеристика, тенденции развития.

Телекоммуникационные технологии как сервисы Интернета (телефонная связь, радиосвязь, спутниковая связь, Интернет). Сетевые телекоммуникационные технологии. Технологии защиты информации в телекоммуникационных сетях. Стандарты защиты информации.

Приложения, предназначенные для коммуникации: электронная почта, голосовая почта, факсимильная связь, телеконференции, видеоконференции, системы документооборота, системы организации коллективной работы.

Интернет-технологии в области связи с общественностью.

Телекоммуникационная система. Функции телекоммуникационной системы. Модели коммуникации. Групповое общение в Интернете. Интернет-сообщества. Сетевые субкультуры. Функции и задачи специалиста по связям с общественностью при работе в Интернет-сообществах. Интернет-технологии эффективные для работы специалиста по связям с общественностью для работы в глобальной сети: электронная почта, проведение маркетинговых и социологических исследований, корпоративный взб-сайт, работа с представителями средств массовой информации. Построение информационной системы организации на основе Web-сервера в сети Интернет.

Информационные технологии в работе специалиста по связям с общественностью.

Информационные технологии в исследованиях, планировании и оценке эффективности деятельности в области связей с общественностью. Подготовка результатов социологических исследований к автоматизированной обработке на основе использования электронных таблиц. Возможности использования электронных таблиц для обработки результатов социологических исследований. Ввод данных и технология контроля правильности ввода информации. Подсчет результатов анкетирования. Выявление предпочтений аудитории.

Интернет публикации. Реклама в сети Интернет.

Понятие «мультимедиа». Особенности представления информации в мультимедиа-продуктах. Визуализация информации. Мультимедиа презентации. Публикации: создание буклетов, бюллетеней, плакатов и пр. Преобразование результатов в веб-страницу. Возможности мультимедиа в PR-деятельности. Гипертекст. Гипермедиа. Веб-дизайн. Веб-сайт: требования, структура, разработка, публикация. Создание web-страницы или сайта. Реклама в сети Интернет.

6. Разработчик

Штыров Андрей Вячеславович, доцент кафедры методики преподавания математики и физики, ИКТ,

Смыковская Татьяна Константиновна, профессор кафедры методики преподавания математики и физики, ИКТ.