

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович

Должность: ректор

Дата подписания: 19.02.2024 11:58:31

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

С.С. Юров

«29» июня 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.08 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРИКЛАДНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ, РЕКЛАМЕ И PR

Для направления подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

маркетинговый; организационный

Направленность (профиль):

«Маркетинговые коммуникации»

Форма обучения:

очная, очно-заочная, заочная

Москва – 2023


Разработчик: Матюшкин Вадим Сергеевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«20» июня 2023 г.  /В.С. Матюшкин /

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 08.06.2017 г.

СОГЛАСОВАНО:

Декан ФУБ


(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующая кафедрой
разработчика РПД


(подпись)

/ Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 10 от «22» июня 2023 г.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: дать представление о современных технических средствах и информационно-коммуникационных технологиях для получения первичного опыта работы с информационными технологиями и базами данных в процессе создания коммуникационного продукта.

Задачи:

- охарактеризовать применение современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;
- дать представление о современных российских и зарубежных базах данных;
- сформировать представление о систематизированной информации для использования в профессиональной деятельности;
- обучить процессам и методам поиска, сбора, хранения, обработки, распространения информации с учетом особенностей Федеральных законов «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ и «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Обязательная часть.

Осваивается: 4 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

УК-4 – способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

ОПК-6 - способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.3. Использует современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации	Знает: основные современные информационно-коммуникативные средства Умеет: использовать современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации Владеет: навыком использования современных информационно-коммуникативных средств для коммуникации

ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Знает: способы и методы отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения Умеет: отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение Владеет: способностью отбирать 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	Знает: основные современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение, необходимые для создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Умеет: применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Владеет: способностью применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Информационные технологии в прикладных коммуникациях, рекламе и PR» для студентов всех форм обучения, реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, составляет: 5 зачетных единиц (180 часов).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)		
	Очная	Очно-заочная	Заочная
Аудиторные занятия	54	54	12
<i>в том числе:</i>			
Лекции	18	18	4
Практические занятия	18	18	4
Лабораторные работы	18	18	4
Самостоятельная работа	99	99	159
<i>в том числе:</i>			
часы на выполнение КР / КП	-	-	-
Промежуточная аттестация:			

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)		
	Очная	Очно-заочная	Заочная
Вид	Экзамен – 4 семестр		
Трудоемкость (час.)	27	27	9
Общая трудоемкость з.е. / часов	5 з.е. / 180 час.		

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

по очной форме обучения

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
2	Основные понятия теории баз данных	2	-	-	12
3	Информационно-коммуникационные технологии	3	3	-	12
4	Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью	3	3	-	13
5	Прикладное программное обеспечение деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью	2	3	4	13
6	Программное обеспечение для социологических и маркетинговых исследований	2	3	5	13
7	Программы подготовки электронных презентаций и графические редакторы	2	3	5	12
8	Настольные издательские системы	2	3	4	12
Итого (часов)		18	18	18	99
Форма контроля:		<i>экзамен</i>			27
Всего по дисциплине:		180 / 5 з.е.			

по очно-заочной форме обучения

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
3	Информационно-коммуникационные технологии	3	3	-	12
4	Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью	3	3	-	13
5	Прикладное программное обеспечение деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью	2	3	4	13
6	Программное обеспечение для социологических и маркетинговых исследований	2	3	5	13
7	Программы подготовки электронных презентаций и графические редакторы	2	3	5	12
8	Настольные издательские системы	2	3	4	12
Итого (часов)		18	18	18	99
Форма контроля:		экзамен			27
Всего по дисциплине:		180 / 5 з.е.			

по заочной форме обучения

Темы дисциплины		Количество часов			
№	Наименование	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
2	Основные понятия теории баз данных	-	-	-	19
3	Информационно-коммуникационные технологии	1	-	-	20
4	Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью	1	1	-	20
5	Прикладное программное обеспечение деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью	1	1	1	20
6	Программное обеспечение для социологических и маркетинговых исследований	1	1	1	20
7	Программы подготовки электронных презентаций и графические редакторы	-	1	1	20
8	Настольные издательские системы	-	-	1	20
Итого (часов)		4	4	4	159
Форма контроля:		экзамен			9
Всего по дисциплине:		180 / 5 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Информация, информационные ресурсы и потоки. Информатизация общества

Понятие информации. Свойства информации: ценность, актуальность, достоверность, полнота. Роль информации и систем управления информацией в рекламе и связях с общественностью. Докомпьютерные способы работы с информацией. Современные требования к информации. Информационные ресурсы и информационный потенциал. Информационные потоки в организациях, их структура и характеристика (вид информации, мощность потока, необходимость защиты). Предпосылки и последствия информатизации. Понятие информационного ресурса предприятия.

Тема 2. Основные понятия теории баз данных

Эволюция методов хранения данных. Недостатки файловых систем для организации информационных систем. Понятие информации, данных, знаний, предметной области, базы и банка данных. Принципы централизованного управления данными. Локальные информационные системы. Способы разработки и выполнения приложений. Схема обмена данными при работе с БД. Жизненный цикл БД. Классификация БД по типам. Характеристики каждого типа.

Фактографические БД: основные понятия, принципы организации. Модели представления данных (сетевая модель, иерархическая модель, реляционная модель, постреляционная модель, многомерная модель, объектно-ориентированная модель). Общая характеристика моделей, основные понятия, СУБД, работающие с рассматриваемыми моделями.

Документальные БД: назначение и основные понятия, обработка входящей информации, поиск информации в документальных БД.

Тема 3. Информационно-коммуникационные технологии

Понятие информационно-коммуникационных технологий. Классификация и этапы развития информационно-коммуникационных технологий. Инфраструктура рынка информационных технологий. Уровень развития информационных технологий в России. Классификация рекламных носителей в Интернете. Преимущества и недостатки разных носителей. Федеральный закон № 149-ФЗ от 27.07.2006 г. «Об информации, информационных технологиях и о защите информации». Формирование информационного пространства в нашей стране. Развитие ИКТ-инфраструктуры и услуг, оказываемых на ее основе. Развитие национальных информационных ресурсов. Осуществление контроля и надзора, а также обеспечение безопасности в сфере ИКТ. Место России в международных рейтингах развития информационно-коммуникационных технологий. Показатели успешной реализации государственной политики в области развития информационно-коммуникационных технологий. Индекс развития ИКТ (ICT Development Index - IDI); Индекс развития электронного правительства ООН (E-Government Development Index - EGDI). Индекс сетевой готовности (Networked Readiness Index - NRI).

Тема 4. Информационные и телекоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью

Роль использования информационных технологий в сфере рекламной деятельности. Преимущества сети Интернет для ведения бизнеса.

Преимущества использования возможностей компьютерных сетей в рекламной деятельности. Информационные технологии как: инструмент экономии различных ресурсов (временных, трудовых, материальных); основа для реструктуризации бизнес-процессов; возможность предоставить максимум необходимой информации об объекте рекламы в виртуальной среде. Информационно-коммуникационные технологии как самый эффективный способ фокусированного воздействия на целевую аудиторию и конкретных пользователей, а также действенный инструмент для оперативного, четкого и глубокого анализа рекламных мероприятий.

Тема 5. 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. Основные приемы работы в Microsoft Excel. Пример вычислений. Деловая графика в Microsoft Excel. Статистический анализ данных в Excel. Статистические функции. Пакет анализа.

Тема 6. 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. Применение пакета статистического анализа SPSS в исследованиях.

Тема 7. Программы подготовки электронных презентаций и графические редакторы

Обзор программ разработки презентаций. Подготовка электронных презентаций в Microsoft Power Point. Графические редакторы Растровая и векторная компьютерная графика. Достоинства, недостатки, область применения. Основные приемы работы

Тема 8. Настольные издательские системы

Обзор программ макетирования и верстки. Создание публикации. Верстка рекламных каталогов. Графические возможности программ.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Радомский В.М. Информационные системы и технологии в изобретательской деятельности и рекламе: учебное пособие / В.М. Радомский. – Самара: Самарский государственный архитектурно-строительный университет, 2012. – 148 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143495>
2. Катаев А.В. Интернет-маркетинг: учебное пособие / А.В. Катаев, Т.М. Катаева; Министерство науки и высшего образования РФ, Южный федеральный университет, Инженерно-технологическая академия. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный университет, 2018. – 154 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687>
3. Поминова Н.А. Точки контакта онлайн: практическое пособие / Н.А. Поминова, И.Б. Манн. – Москва: СилаУма-Паблишер, 2014. – 124 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=236759>
4. Жуков Р.А. Базы данных: учебно-методическое пособие по дисциплине «Базы данных» / Р.А. Жуков. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 177 с. : ил., схем., табл.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=566814
5. Правовое регулирование информационных отношений в области массовой информации: учебное пособие / О.В. Ахрамеева, И.Ф. Дедюхина, О.В. Жданова и др.; Ставропольский государственный аграрный университет, Кафедра государственного и муниципального управления и права. – Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2015. – 65 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438601>
6. Хомяков В.И. Правовое регулирование средств массовой информации и рекламы: учебное пособие / В.И. Хомяков, В.А. Егошкина. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2017. - 264 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=476726>
7. Мышляев В.С. iМаркетинг. Работаем по системе: практическое пособие / В.С. Мышляев. – Москва: СилаУма-Паблишер, 2014. – 264 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=236760>
8. Крюкова Е. 100+ хаков для интернет-маркетологов: как получить трафик и конвертировать его в продажи / Е. Крюкова, Д. Савельев; ред. Л. Любавина. - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 303 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495615>
9. Ермолова Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ : практическое пособие / Н. Ермолова; ред. Н. Нарциссова. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Альпина Паблишер, 2016. – 401 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279818>
10. Москалев С.М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе: учебное пособие / С.М. Москалев; Министерство сельского хозяйства РФ, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. - Санкт-Петербург: СПбГАУ, 2018. - 101 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717>
11. БИТ. Бизнес & Информационные технологии / изд. ООО «Синдикат 13»; гл. ред. Г. Положевец. – Москва: Синдикат 13, 2017. – № 3(66). – 68 с.: ил.
Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=459109
12. БИТ. Бизнес & Информационные технологии / изд. «и. ИД ; гл. ред. Г. Положевец. – Москва: Положевец и партнеры, 2018. – № 7 (80). – 68 с.

- Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=562404
13. Алашкин П. Все о рекламе и продвижении в Интернете / П. Алашкин; ред. П. Суворова. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2016. - 220 с.
Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229721>

Нормативно-правовые акты:

1. Конституция Российской Федерации.
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации».
3. Закон РФ от 8 июля 2006, 398-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
4. Закон РФ от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
3. Браузер Google Chrome;
4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <https://www.terrasoft.ru/> - сайт компании Террасофт - лидера на российском рынке корпоративного программного обеспечения для управления бизнес-процессами и

CRM. Компания является одним из ключевых игроков мирового рынка BPM и CRM

10. <http://www.tern.ru/> - сайт компании «Терн» (компания разрабатывает и внедряет корпоративные аналитические системы, предоставляет технологии Business Intelligence (BI) для решения широкого круга задач в целях укрепления и повышения эффективности бизнеса, используя информационные системы)
11. <https://www.microsoft.com/ru-ru> - официальный сайт компании Microsoft
12. www.galloperscrm.ru - сайт компании Galloper CRM – разработчика системы Galloper CRM для автоматизации отделов продаж
13. <http://www.cnews.ru/> - интернет-портал CNews, посвященный телекоммуникациям, информационным технологиям и программному обеспечению бизнеса
14. http://www.akarussia.ru/knowledge/industrial_standarts - база данных по промышленным стандартам интерактивной рекламы (разработано IAB Russia и утверждено комиссией по промышленным стандартам АКАР)
15. <https://www.sodaspeaks.com/> - Международная организация SoDA (представляет ассоциацию крупнейших digital-агентств и высококлассных продакшен-компаний)
16. <https://www.sciencedirect.com/browse/journals-and-books?contentType=JL&subject=computer-science> – коллекция журналов в открытом доступе по информатике
17. <https://www.techtarget.com> - сайт компании TechTarget, одного из лидеров в разработке информационных технологий для корпоративных клиентов

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Оборудованные учебные аудитории, в том числе с использованием видеопроектора и подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

2. Аудитории для самостоятельной работы с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

3. Компьютерный класс с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

4. Аудио и видеоаппаратура.

5. Учебно-наглядное оборудование.

№ 404

Учебная аудитория для проведения учебных занятий. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 26 компьютеров, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

№ 402

Помещение для самостоятельной работы. Аудитория оснащена оборудованием и техническими средствами обучения:

а) учебной мебелью: столы, стулья, доска маркерная учебная

б) стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41, экран, колонки.

в) 22 компьютера, подключенных к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки, конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

– **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

– **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

– **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

– **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

– **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

– **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно

обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов по освоению дисциплины

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

**Б1.О.08 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В
ПРИКЛАДНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ, РЕКЛАМЕ И PR**

Для направления подготовки:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

маркетинговый; организационный

Направленность (профиль):

«Маркетинговые коммуникации»

Форма обучения:

очная, очно-заочная, заочная

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
<p>УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>УК-4.3. Использует современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации</p>	<p>Знает: основные современные информационно-коммуникативные средства Умеет: использовать современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации Владеет: навыком использования современных информационно-коммуникативных средств для коммуникации</p>
<p>ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p>	<p>Знает: способы и методы отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения Умеет: отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение Владеет: способностью отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p>
	<p>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</p>	<p>Знает: основные современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение, необходимые для создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Умеет: применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов Владеет: способностью применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>

Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
<p>Не знает: основные современные информационно-коммуникативные средства</p> <p>Не умеет: использовать современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации</p> <p>Не владеет: навыком использования современных информационно-коммуникативных средств для коммуникации</p>	<p>В целом знает: основные современные информационно-коммуникативные средства, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: использовать современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации, но часто испытывает затруднения</p> <p>В целом владеет: навыком использования современных информационно-коммуникативных средств для коммуникации, но часто испытывает затруднения</p>	<p>Знает: основные современные информационно-коммуникативные средства, но иногда допускает ошибки</p> <p>Умеет: использовать современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации, но иногда испытывает затруднения</p> <p>Владеет: навыком использования современных информационно-коммуникативных средств для коммуникации, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>Знает: основные современные информационно-коммуникативные средства</p> <p>Умеет: использовать современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации</p> <p>Владеет: навыком использования современных информационно-коммуникативных средств для коммуникации</p>
<p>Не знает: способы и методы отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения</p> <p>Не умеет: отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>Не владеет: способностью отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p>	<p>В целом знает: способы и методы отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение, но часто испытывает затруднения</p> <p>В целом владеет: способностью отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение, но часто испытывает затруднения</p>	<p>Знает: способы и методы отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения, но иногда допускает ошибки</p> <p>Умеет: отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение, но иногда испытывает затруднения</p> <p>Владеет: способностью отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>Знает: способы и методы отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения</p> <p>Умеет: отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>Владеет: способностью отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p>

<p>Не знает: основные современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение, необходимые для создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Не умеет: применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Не владеет: способностью применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>	<p>В целом знает: основные современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение, необходимые для создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, но допускает грубые ошибки</p> <p>В целом умеет: применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, но часто испытывает затруднения</p> <p>В целом владеет: способностью применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, но часто испытывает затруднения</p>	<p>Знает: основные современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение, необходимые для создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, но иногда допускает ошибки</p> <p>Умеет: применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, но иногда испытывает затруднения</p> <p>Владеет: способностью применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, но иногда испытывает затруднения</p>	<p>Знает: основные современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение, необходимые для создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Умеет: применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>Владеет: способностью применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
---	--	--	--

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

Пример теста:

Переведите числа из десятичной системы счисления в двоичную, восьмеричную и шестнадцатеричную системы счисления.

- а) 949;
- б) 763;
- в) 994,125;
- г) 523,25;
- д) 203,82.

2. Переведите числа в десятичную систему счисления.

- а) 1110001112;

- б) 1000110112;
- в) 1001100101,10012;
- г) 1001001,0112;
- д) 335,78;
- е) 14C,A16.

3. Составьте таблицу сложения и таблицу умножения для пятеричной системы счисления

4. Выполните сложение чисел.

- а) 11101010102+101110012;
- б) 101110102+100101002;
- в) 111101110,10112+111101110,12;

5. Выполните умножение чисел.

- а) 10010112*10101102;
- б) 1650,28*120,28;
- в) 19,416*2F,816.

6. Априори известно, что шарик находится в одной из трех урн: А, В или С. Сколько бит информации содержит сообщение о том, что он находится в урне В?

- а) 1 бит;
- б) 1,58 бита;
- в) 2 бита;
- г) 2,25 бита.

7. Вероятность первого события составляет 0,5, а второго и третьего 0,25. Чему для такого распределения равна информационная энтропия?

- а) 0,5 бита;
- б) 1 бит;
- в) 1,5 бита;
- г) 2 бита;

8. Дан список сотрудников некоторой организации:

<i>Год рождения</i>	<i>Фамилия</i>	<i>Имя</i>
1970	Иванова	Марина
1970	Иванова	Наталья
1970	Петрова	Татьяна
1970	Звягина	Ирина

Определите количество информации, недостающее для того, чтобы выполнить следующую просьбу: ” Пожалуйста, позвоните к телефону Иванову”.

- а) 1 бит;
- б) 2 бита;
- в) 3 бита;
- г) 4 бита.

9. Дан список сотрудников некоторой организации:

<i>Год рождения</i>	<i>Фамилия</i>	<i>Имя</i>
1970	Иванова	Марина
1970	Иванова	Наталья
1970	Петрова	Татьяна
1970	Звягина	Ирина

Определите количество информации, недостающее для того, чтобы выполнить следующую просьбу: ” Меня интересует одна ваша сотрудница, она 1970 года рождения ”.

- а) 1 бит;
- б) 2 бита;
- в) 3 бита;
- г) 4 бита.

10. Компьютер — это:

- а) устройство для работы с текстами;
- б) электронное вычислительное устройство для обработки чисел;
- в) устройство для хранения информации любого вида;
- г) многофункциональное электронное устройство для работы с информацией;
- д) устройство для обработки аналоговых сигналов.

11. Скорость работы компьютера зависит от:

- а) тактовой частоты обработки информации в процессоре;
- б) наличия или отсутствия подключенного принтера;
- в) организации интерфейса операционной системы;
- г) объема внешнего запоминающего устройства;
- д) объема обрабатываемой информации.

12. Персональный компьютер не будет функционировать, если отключить:

- а) дисковод;
- б) оперативную память;
- в) мышь;
- г) принтер;
- д) сканер.

13. Дисковод — это устройство для:

- а) обработки команд исполняемой программы;
- б) чтения/записи данных с внешнего носителя;
- в) хранения команд исполняемой программы;
- г) долговременного хранения информации;
- д) вывода информации на бумагу.

14. Какое из устройств предназначено для ввода информации:

- а) процессор
- б) принтер
- в) ПЗУ
- г) клавиатура
- д) монитор

15. Для подключения компьютера к телефонной сети используется:

- а) модем
- б) факс
- в) сканер
- г) принтер
- д) монитор

Оценка формируется следующим образом:

- оценка «отлично» - 85-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-84% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 40-69% правильных ответов;

- оценка «неудовлетворительно» - менее 39% правильных ответов.

Пример лабораторной работы

Создание базы данных. Создание таблицы. Работа с фильтром данных.

Запуск : Пуск —> Программы —> Microsoft Windows —> Microsoft Access.

Создание базы данных: Создать—>Новая база данных (указать имя и местоположение базы данных) —> ОК.

Создание таблицы: Таблицы —> Создать —> Конструктор —> ОК.

Задание №1. Создание таблицы с данными и обработка данных в таблице.

Создать макет таблицы «Сотрудники», изображенный на рис.1. Строки в столбце «Описание» окна Конструктора указывают на дополнительные и обязательные свойства, которыми должны обладать соответствующие поля создаваемой таблицы. Эти строки переписывать не обязательно.

Имя поля	Тип данных	Описание
Код	Числовой	Установить свойство "Ключевое поле"
ФИО	Текстовый	
Должность	Текстовый	Установить свойство "Значение по умолчанию" : Сотрудник
Оклад	Денежный	Установить свойства 1)Формат поля: Денежный; 2)Значение по умолчанию: 3800
Дата рождения	Дата/время	Установить свойства 1)Формат поля: Краткий формат даты; 2)Маска ввода: 00\,00\,0000;0;" "
Стаж	Числовой	
Надбавка за стаж	Денежный	Установить свойства 1)Формат поля: Денежный; 2)Значение по умолчанию: 0
Телефон	Текстовый	Установить свойства 1)Маска ввода: #\-###\-##0\-0000;0;" " 2) Значение по умолчанию: " "

Свойства поля	
Общие	Подстановка
Размер поля	100
Формат поля	
Маска ввода	#\-###\-##0\-0000;0;" "
Подпись	
Значение по умолчанию	" "
Условие на значение	
Сообщение об ошибке	
Обязательное поле	Нет
Пустые строки	Да
Индексированное поле	Нет
Сжатие Юникод	Да
Режим ИМЕ	Нет контроля
Режим предложений ИМЕ	Нет
Смарт-теги	

Значение, автоматически добавляемое в поле для новой записи

Рис.1. Макет таблицы «Сотрудники»

Сохранить таблицу с названием «Сотрудники».

Открыть таблицу в режиме «Просмотра и редактирования».

Заполнить таблицу, как показано на рис.2.

Код	ФИО	Должность	Оклад	Дата рождения	Стаж	Надбавка за	Телефон
1	Бобылев	Бухгалтер	33 800,00р.	12.09.1973	15	3 000,00р.	8-903-456-7345
2	Майоров	Менеджер	25 800,00р.	04.06.1981	10	2 000,00р.	8-916-473-4219
3	Яценко	Менеджер	23 000,00р.	13.08.1984	5	1 000,00р.	8-903-985-6438
4	Якунин	Сотрудник	12 500,00р.	17.10.1985	0	0,00р.	8-903-260-9761
5	Героев	Менеджер	30 400,00р.	24.12.1972	15	3 000,00р.	- - -
6	Юнусов	Сотрудник	13 800,00р.	08.04.1986	0	0,00р.	- - -
7	Семенов	Бухгалтер	24 300,00р.	18.02.1978	10	2 000,00р.	8-916-023-4576
8	Кошкина	Бухгалтер	28 100,00р.	16.03.1978	15	3 000,00р.	8-916-983-5727
9	Кораблева	Сотрудник	15 800,00р.	19.05.1985	5	1 000,00р.	- - -
10	Филиппов	Менеджер	28 800,00р.	16.07.1977	20	4 000,00р.	- - -
*		Сотрудник	3 800,00р.		0	0,00р.	- - -

Задание №2. С использованием фильтра данных решить следующие задачи.

1. Вывести данные о всех менеджерах.
2. Вывести данные о всех служащих фирмы кроме менеджеров.
3. Выбрать служащих со стажем а) более 10 лет б) не менее 5 лет в) от 5 до 15 лет.
4. Выбрать служащих со стажем не более 10 лет и зарплатой менее 20000р.
5. Выбрать служащих, кроме менеджеров с зарплатой от 20000р. до 25000р.
6. Выбрать служащих с номером телефона, имеющим 903.
7. Выбрать служащих, не имеющих телефона.
8. Выбрать менеджеров, не имеющих телефона.
9. Выбрать служащих, родившихся в 1978 году.
10. Выбрать служащих, родившихся в диапазоне от 1980 по 1985гг.
11. Выбрать служащих, родившихся летом.

Создать запросы к таблице «Сотрудники».

1. Для расчета зарплаты по формуле: $0,87 * (\text{Оклад} + \text{Надбавка за стаж})$.
2. Для поиска служащего с 1) наибольшей надбавкой за стаж 2) наибольшего возраста.
3. Для расчета 1) средней зарплаты 2) среднего стажа.

Применение командного языка SQL для запросов к базам данных

Полное название версии языка: Microsoft Jet 4.0 SQL.

SQL – это структурированный язык запросов (Structured Query Language).

SQL является эффективным средством формирования запросов к реляционным базам данных, к типу которых и относятся базы данных СУБД Microsoft Access.

SQL представляет собой совокупность инструкций для выполнения необходимых операций по обработке данных. Запрос на SQL может быть сохранен в текущей базе данных и затем при необходимости выполнен повторно. Допустимы следующие типы запросов на SQL: на выборку данных, на создание, реструктуризацию и удаление таблицы, на изменение, копировку и дополнение данных в таблице и др.

Задание №3. Создать на рабочем столе базу данных с названием Практикум_3.

В созданной базе данных создать в режиме Конструктора и заполнить в режиме просмотра три таблицы, представленные ниже.

НПр	ИПр	Страна	Тариф
1	Компак	США	0,12
2	Дел	Англия	0,13
4	Интел	США	0,11
7	Самсунг	Корея	0,15
3	Сименс	Германия	0,1
*	0		0

Рис.1 Таблица «Производители»

НСб	ИСб	Страна	Рейтинг	НПр
1	Бел	США	1	1
2	Вист	РФ	2	3
3	Рен	Англия	2	2
4	Хао	Китай	3	2
6	Рит	США	1	1
8	Грин	Англия	3	7
7	Кит	РФ	1	4
*	0		0	0

Рис.2 Таблица «Сборщики»

НЗак	Стоимость	ДПост	НСб	НПр
1	0,1	3	8	7
3	7	3	1	1
2	19	3	7	4
5	51	3	3	2
6	10	3	8	7
9	17	4	2	3
7	0,7	4	4	2
8	47	5	6	1
10	13	6	4	2
11	98	6	6	1
*	0	0	0	0

Рис.3 Таблица «Поставки»

Задание №4. Создание запросов на языке SQL.

Открыть редактор SQL используя последовательность команд:

Запросы —> Создать —> Конструктор —> ОК —> Закрыть окно «Добавление таблицы» —> Запрос (основное меню) —> ЗапросSQL —> Управление.

Составить инструкции на языке SQL для следующих задач:

- 1) Вывести данные о сборщиках из России.
- 2) Вывести данные о сборщиках из США и Англии.
- 3) Вывести данные об всех сборщиках, кроме США и Англии.
- 4) Вывести перечень всех дней поставок без повторений.
- 5) Вывести все данные о поставках, стоимость которых от 10 до 20 включительно.
- 6) Вывести данные об всех сборщиках, кроме России и Китая.
- 7) Определить суммарную стоимость поставок для НПр = 1.
- 8) Определить максимальную стоимость поставок за каждый день недели.

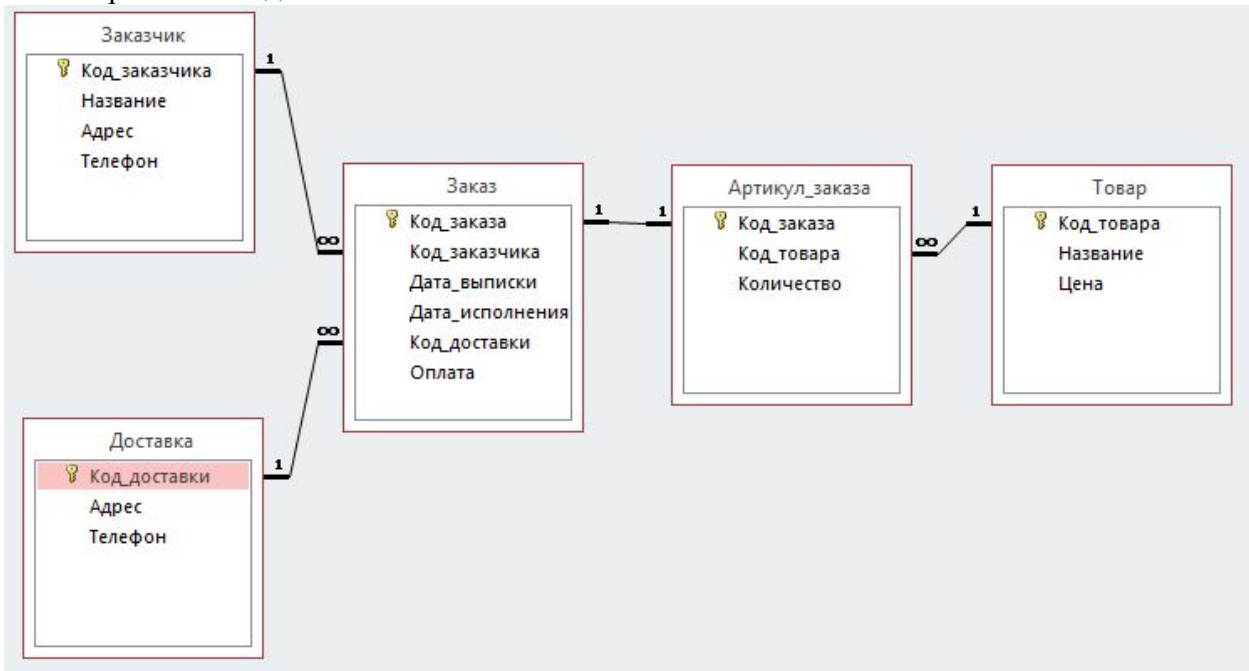
- 9) Определить число поставок для НСб = 4 и 6 (вместе).
- 10) Вывести данные о заказах стоимостью от 17 до 51 для НПр = 1,3,4.
- 11) Вывести все данные о сборщиках, сгруппированные по рейтингу.
- 12) Определить в одном запросе количество поставок для сборщиков 4 и 6.
- 13) Определить для каждого сборщика сумму его поставок и оформить вывод данных по примеру:
Для сборщика 1 сумма = 35
Для сборщика 2 сумма = 18
Для сборщика 3 сумма = 14
и т.д.
- 14) Подсчитать число заказов стоимостью больше 20 за каждый день недели.
- 15) Для всех сборщиков (поименно) вывести суммарную стоимость поставок. Оформить по примеру: Для Бел Сумма = 64 и т.д.
- 16) Вывести имена сборщиков, имеющих поставки 3-го числа.
- 17) Вывести данные о всех поставках для производителей и сборщиков из одной страны.
- 18) Выбрать все пары производителей из одной и той же страны.
- 19) Выбрать все пары производителей из разных стран.
- 20) Вывести имена всех пар сборщиков из одной страны.
- 21) Вывести имена сборщиков и имена обслуживающих их производителей.
- 22) Вывести имена сборщиков и имена обслуживающих их производителей из одной и той же страны.
- 23) Вывести имена сборщиков и имена обслуживающих их производителей из разных стран.
- 24) Вывести имена сборщиков и их страну для поставок, стоимость которых больше 10.
- 25) Вывести имена сборщиков, получивших заказы 3 и 6 числа.
- 26) Вывести рейтинг сборщиков, получивших 4 и 6 числа.
- 27) Вывести данные о поставках для сборщиков из России.
- 28) Вывести данные о поставках для сборщиков с рейтингом 1 и 2.
- 29) Вывести НПр и сумму поставок производителей, сумма которых больше 20.
- 30) Вывести суммарную стоимость поставок для сборщиков с рейтингом 1.
- 31) Вывести суммарную стоимость поставок для сборщиков с рейтингом 1 и 2.
- 32) Вывести данные о сборщиках и производителях, учувствовавших в поставках 6-го числа.
- 33) Вывести данные о поставках, стоимость которых превышает среднюю стоимость поставок.

Задание №5.

Цель работы: создание и эксплуатация базы данных для учета и обработки данных по доставке товаров фирмой-поставщиком определенным заказчикам.

Этап 1. Создать систему связанных таблиц в соответствии с проектом, представленным на рис.1.

Рис.1 Проект базы данных



Форматы данных и свойства данных установить в соответствии со связями между таблицами и приведенными ниже данными для таблиц.

Рис.2 Таблица «Заказчик»

	Код_заказчи	Название	Адрес	Телефон
+	11	Alpha	Химки	8-903-456-7890
+	12	Beta	Лобня	8-926-453-5676
+	13	Delta	Клин	8-926-345-9861
*	0			

Рис.3 Таблица «Доставка»

	Код_достав	Адрес	Телефон
+	21	Клин	8-903-566-7645
+	22	Лобня	8-916-876-5045
+	23	Реутов	8-926-345-7654
*	0		

Рис.4 Таблица «Товар»

	Код_товара	Название	Цена
+	101	Товар1	3 456,00р.
+	102	Товар2	765,00р.
+	103	Товар3	34,00р.
+	104	Товар4	56,00р.
+	105	Товар5	234,00р.
*	0		0,00р.

Рис.5 Таблица «Заказ»

	Код_заказа	Код_заказчи	Дата_выпис	Дата_испол	Код_достав	Оплата
+	1	11	23.04.2011	10.09.2014	21	<input checked="" type="checkbox"/>
+	2	12	23.05.2014	27.06.2014	22	<input checked="" type="checkbox"/>
+	3	13	21.04.2013	27.05.2013	23	<input type="checkbox"/>
+	4	11	05.06.2014	05.07.2014	21	<input checked="" type="checkbox"/>
+	5	12	02.05.2014	04.06.2014	22	<input checked="" type="checkbox"/>
+	6	13	07.02.2013	03.03.2013	23	<input type="checkbox"/>
+	7	11	05.06.2013	03.07.2013	21	<input checked="" type="checkbox"/>
+	8	12	21.09.2013	28.10.2013	22	<input checked="" type="checkbox"/>
+	9	13	05.08.2014	04.09.2014	23	<input checked="" type="checkbox"/>
+	10	11	20.02.2014	25.02.2014	21	<input type="checkbox"/>
*	0					<input type="checkbox"/>

Рис.6 Таблица «Артикул заказа»

	Код_заказа	Код_товара	Количество
+	1	101	10
+	2	102	12
+	3	103	4
+	4	104	32
+	5	104	21
+	6	101	2
+	7	102	42
+	8	103	12
+	9	104	34
+	10	105	56
*	0		0

Замечание: заполнять таблицы в последовательности, определяемой связями и с использованием формы для ввода в таблицы со связью «один-к-одному». Проверить функционирование связей между таблицами и представить для проверки преподавателю.

Этап 2. Обработка данных.

1. Вывести данные об оплаченных заказах.

2. Вывести данные об неоплаченных заказах.
3. Вывести данные о заказах для заказчиков 1 и 2.
4. Вывести данные о заказах из Лобни.
5. Вывести список заказов с количеством заказов более 30.
6. Вывести данные о заказах за 2013 год.
7. Вывести данные о заказах с мая по сентябрь 2014 года.
8. Получить стоимость заказов для каждого заказчика.
9. Получить стоимость заказов для каждого адреса доставки.
10. Вывести данные о заказах, у которых срок доставки более 20 дней.
11. Получить список заказчиков, у которых различаются физический адрес и адрес доставки.

Оценка лабораторной работы производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

Пример контрольной работы:

Вариант №1.

1. Определите, какие утверждения являются логическими высказываниями:
 «Солнце есть спутник Земли»;
 « $2+3=4$ »;
 «в романе Л.Н. Толстого »Война и мир» 3 432 536 слов»;
 «Санкт-Петербург расположен на Неве»;
 «первая космическая скорость равна 7.8 км/сек»;
 «железо — металл»;
 «если один угол в треугольнике прямой, то треугольник будет тупоугольным»;
 «если сумма квадратов двух сторон треугольника равна квадрату третьей, то он прямоугольный»
2. Выполните инверсию логических высказываний из первого упражнения.
3. Определите истинность логических высказываний из первого упражнения.
4. $A =$ «Сегодня воскресенье», $B =$ «Воробей – перелетная птица». Запишите высказывание $A \wedge B$. Является ли высказывание истинным?
5. Упростите функцию и проверьте результат с помощью таблиц истинности:

$$(x \wedge y) \vee ((y \wedge z \vee ((\bar{x} \wedge y) \vee (x \wedge \bar{z})))$$

6. Упростите функцию и проверьте результат с помощью таблиц истинности, постройте логическую схему для исходной функции:

$$\overline{(x \vee y)} \wedge (x \vee \overline{y \wedge z})$$

Вариант №2.

1. Определите, какие утверждения являются логическими высказываниями:
 « $2 \cdot 48$ »
 «все столы прямоугольные»

«лед – это твердое состояние воды»
«хотелось бы солнечную погоду»
«Земля вращается вокруг Солнца»
«в Москве проживает 15 235 675 жителей»
«клавиатура является устройством ввода данных»
« $4 > 7 - 2$ »

2. Выполните инверсию логических высказываний из первого упражнения.
3. Определите истинность логических высказываний из первого упражнения.
4. $A =$ «Сегодня воскресенье», $B =$ «Воробей – перелетная птица». Запишите высказывание $A \vee B$. Является ли высказывание истинным?
5. Упростите функцию и проверьте результат с помощью таблиц истинности:

$$(x \wedge z) \vee (x \wedge \bar{z}) \vee (y \wedge z) \vee (\bar{x} \wedge y \wedge z)$$

6. Упростите функцию и проверьте результат с помощью таблиц истинности, постройте логическую схему для исходной функции:

$$(\bar{x} \vee y) \wedge (x \vee y \vee z) \wedge \bar{z}$$

Оценка контрольной работы производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену:

1. Информация, информационные ресурсы и потоки.
2. Информатизация общества. Свойства информации
3. Роль информации и систем управления информацией в рекламе и связях с общественностью.
4. Докомпьютерные способы работы с информацией.
5. Современные требования к информации.
6. Информационные ресурсы и информационный потенциал.
7. Информационные потоки в организациях, их структура и характеристика
8. Понятие информационного ресурса предприятия.
9. Эволюция методов хранения данных.
10. Недостатки файловых систем для организации информационных систем
11. Принципы централизованного управления данными.
12. Локальные информационные системы.
13. Способы разработки и выполнения приложений.
14. Схема обмена данными при работе с БД. Жизненный цикл БД.
15. Классификация БД по типам. Характеристики каждого типа.
16. Фактографические БД: основные понятия, принципы организации.
17. Модели представления данных
18. Общая характеристика моделей, основные понятия, СУБД, работающие с рассматриваемыми моделями.
19. Документальные БД.
20. Классификация и этапы развития информационно-коммуникационных технологий.

21. Инфраструктура рынка информационных технологий.
22. Классификация рекламных носителей в Интернете.
23. Федеральный закон № 149-ФЗ от 27.07.2006 г. «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
24. Осуществление контроля и надзора и обеспечение безопасности в сфере ИКТ.
25. Место России в международных рейтингах развития информационно-коммуникационных технологий.
26. Индекс развития ИКТ. Индекс сетевой готовности
27. Роль использования информационных технологий в сфере рекламной деятельности.
28. Преимущества использования возможностей компьютерных сетей в рекламной деятельности.
29. Информационно-коммуникационные технологии как способ воздействия на целевую аудиторию.
30. Классификация программного обеспечения.
31. Системное программное обеспечение.
32. Операционные системы.
33. Прикладное программное обеспечение.
34. Прикладные программы офисного назначения.
35. Текстовый процессор Microsoft Word.
36. Табличный процессор Microsoft Excel.
37. Деловая графика в Microsoft Excel.
38. Статистический анализ данных в Excel.
39. Программное обеспечение для сбора рекламной информации.
40. Программное обеспечение для анализа рекламной информации.
41. Программное обеспечение для медиаисследований и медиапланирования.
42. Применение пакета статистического анализа SPSS в исследованиях.
43. Программы разработки презентаций.
44. Подготовка электронных презентаций в Microsoft Power Point.
45. Графические редакторы
46. Растровая и векторная компьютерная графика.
47. Программы макетирования и верстки.
48. Создание публикации. Верстка рекламных каталогов.

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)	Двух- балльная шкала (зачет)	Показатели	Критерии
Отлично	зачтено	1. Полнота ответов на вопросы и выполнения задания.	глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полный ответ на вопросы
Хорошо		2. Аргументированность выводов.	глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допущены незначительные ошибки
Удовлетворительно		3. Умение перевести теоретически	знание структуры основного учебно-программного материала,

		е знания в практическую плоскость.	основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя
Неудовлетворительно	не зачтено		существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, основными методиками, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, отвечать на вопросы преподавателя

Разработчик: Матюшкин Вадим Сергеевич, кандидат психологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры менеджмента и маркетинга (протокол № 10 от 22.06.2023 г.).