Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет имени В.А. Бондаренко»

Кафедра маркетинга и торгового дела

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.Б.20 Информационные технологии и системы в сфере рекламы и связей с общественностью»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Цифровые медиакоммуникации и связи с общественностью
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Заочная

Год набора 2026

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.Б.20 Информационные технологии и системы в сфере рекламы и связей с общественностью*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга и торгового дела
наименование кафедры

протокол № 8 от "06" 03 2026 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра маркетинга и торгового дела — подпись — О.М. Калиева
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
Доцент — подпись — Н.В. Лужнова
должность *подпись* *расшифровка подписи*

должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью — личная подпись — О.М. Калиева
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
личная подпись — С.А. Биктимирова
расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета
личная подпись — Ю.В. Рожкова
расшифровка подписи

№ регистрации _____

© Лужнова Н.В., 2026
© ОГУ, 2026

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины: формирование у обучающихся системы теоретических знаний и практических навыков в области информационной поддержки процессов организации рекламы и связи с общественностью в органах государственной власти, общественных организациях и коммерческих предприятиях.

Задачи:

- анализ тенденций развития информационно-коммуникационных технологий и систем в рекламе и связях с общественностью;
- освоение подходов к внедрению и использованию информационно-коммуникационных технологий в рекламе и связях с общественностью;
- изучение особенностей работы специализированного программного обеспечения в рекламе и связях с общественностью при создании графиков, текстов, таблиц, презентаций;
- освоение навыков использования технологий информационно-телекоммуникационной сети Интернет в рекламе и связях с общественностью.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.11 Информатика, Б1.Д.Б.12 Информационные технологии и программирование*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.23 Проектирование и дизайн в рекламе и связях с общественностью*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6-В-1 ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимые информационные технологии, техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6-В-2 ОПК-6.2. Применяет современные информационные технологии, цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	**Знать:** принципы работы современных информационных технологий для решения задач в сфере рекламы и связей с общественностью **Уметь:** применять современные информационные технологии, цифровые устройства, платформы и программное обеспечение для создания рекламных продуктов и текстов **Владеть:** навыками отбора информационных технологий и программного обеспечения для разработки рекламных продуктов и материалов по связям с общественностью

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	3 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**144**	**144**
Контактная работа:	**17,25**	**17,25**
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);* *- написание реферата (Р);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- изучение разделов курса в системе электронного обучения;* *- изучение разделов массового открытого онлайн-курса «Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью»;* *- подготовка к практическим занятиям и т.п.)*	**126,75**	**126,75**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**экзамен**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Теоретические основы информационных технологий в сфере рекламы и связи с общественностью	36	2	2		32
2	Программное обеспечение информационных технологий	36	2	2		32
3	Основы компьютерной графики	36	2	2		32
4	Организация хранения и обработки информации	36	2	2		32
	Итого:	144	8	8		128
	Всего:	144	8	8		128

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы информационных технологий в сфере рекламы и связи с общественностью

Виды информации. Свойства информации. Информационные процессы. Виды и функции информации в рекламе. Понятия информационной технологии и информационной системы. Классификация информационных технологий. Применение информационных технологий в рекламной деятельности. Информация и информационное общество. Предпосылки развития

информационного общества в России. Тенденции развития информационного общества. Информация, информационные ресурсы, информационные продукты и услуги. Классификация информационных ресурсов. Содержание Федерального закона от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе», Федерального закона от 27.07.2006 №152-ФЗ «О персональных данных». Вопросы безопасности информации.

Раздел 2. Программное обеспечение информационных технологий

Основные понятия. Классификация программного обеспечения. Базовое программное обеспечение. Системное программное обеспечение. Прикладное программное обеспечение. Требования государственных стандартов к оформлению текстовых документов. Текстовый процессор: назначение и функции. Элементы интерфейса текстового процессора. Настройка параметров текстового редактора. Стили, их свойства и технология создания. Макросы, их назначение и способы подготовки. Шаблоны документов, назначение, технология создания и использования. Формы. Письма и рассылки. Приемы эффективной разработки документов сложной структуры. Совместная подготовка документов. Защита текстовых документов. Форматы текстовых документов и их особенности.

Табличный процессор: виды и основные возможности. Настройка табличного процессора и установка параметров. Рабочая книга и ее элементы. Операции с рабочей книгой и ее элементами, изменение свойств элементов. Выражения и операции. Способы адресации: абсолютные и относительные адреса. Имена ячеек и диапазонов. Форматы данных. Автоматизация ввода данных. Встроенные функции, их синтаксис и технология применения для решения экономических и управленческих задач. Средства анализа данных. Типы диаграмм. Построение диаграмм: объекты, их свойства, установка свойств. Работа со списками. Сортировка данных. Фильтры и фильтрация данных. Условное форматирование. Консолидация данных и сводные таблицы. Создание и использование шаблонов табличных документов. Средства защиты табличных документов.

Раздел 3. Основы компьютерной графики

Понятие, задачи и области применения компьютерной графики. Виды компьютерной графики. Растровые изображения. Векторные изображения. Фрактальные изображения. Принципы представления изображения в памяти компьютера. Описание цвета в компьютерной графике. Цветовые модели. Ахроматические модели. Монохромные изображения. Полутоновые изображения. Хроматические модели. Изображения в модели RGB (аддитивная модель). Изображения в модели CMYK (субтрактивная модель). Перцепционные цветовые модели. Изображения в модели Lab. Изображения в модели HSB. Разрешение и размеры изображения. Разрешающая способность устройств вывода. Расчет необходимых значений разрешения. Форматы графических файлов и методы сжатия данных. Методы сжатия. Сжатие без потерь. Сжатие с потерями. Форматы графических файлов. Растровые форматы. Векторные форматы. Универсальные форматы.

Программы компьютерной графики для полиграфии. Пакеты растровой графики. Пакеты векторной графики Программы рисования. Программы верстки. Программы для деловой графики и презентации. Анимационные программы. Мультимедийные технологии в рекламе. Презентация. Применение презентаций. Сохранение, публикация, экспорт, импорт. Анимация и ее особенности. Устройства ввода и вывода графических данных. Сканеры. Цифровая камера. Графический планшет (дигитайзер). Мониторы. Принтеры. Плоттеры (графопостроители).

Раздел 4. Организация хранения и обработки информации

Базы данных. Модели баз данных. Реляционные базы данных. Обобщенная технология работы с базами данных. Системы управления базами данных (СУБД). Классификация СУБД. Интерфейс СУБД Access. Объекты базы данных. Работа с базой данных. Свойства полей и типы данных таблицы. Приемы работы с таблицами базы данных. Создание связей между таблицами. Поиск и отбор информации. Запросы. Формы. Отчеты. Макросы. Модули.

Основы сетевых технологий. Назначение компьютерных сетей. Виды компьютерных сетей. Организация сети. Глобальная сеть Интернет. Основные протоколы сети Интернет. Основные сервисы Интернета. Особенности Интернета как канала коммуникации. Сущность и понятие интернет-рекламы. Типология интернет-рекламы. Веб-сайт как площадка для рекламы в Интернете. Требования, предъявляемые к сайту. Составляющие процесса создания веб-сайта. Информационное наполнение сайта (контент). Система навигации сайта. Дизайн сайта. Формы интерактивности на сайте. Определение эффективности веб-сайта. Регистрация сайта в поисковой системе. Критерии эффективности сайта. Хостинг. Программы для разработки веб-сайтов.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Изучение законов, обеспечивающих развитие информационных технологий и систем в сфере рекламы и связей с общественностью	2
2	2	Классификация профессионального программного обеспечения для работы с текстом, таблицами и презентациями	2
3	3	Программное обеспечение компьютерной графики	2
4	4	Изучение возможностей информационно-телекоммуникационной сети Интернет для сферы рекламы и связей с общественностью	2
		Итого:	8

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

Информационные системы и технологии в экономике и управлении [Текст] : учебник для академического бакалавриата / под ред. В. В. Трофимова; С.-Петерб. гос. экон. ун-т. - Москва : Юрайт, 2015. - 542 с. - (Бакалавр. Базовый курс). - Библиогр. в конце гл. - ISBN 978-5-9916-4789-2.

Москалев, С. М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С. М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ). – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 101 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717 (дата обращения: 04.05.2026). – Библиогр. в кн. – Текст : электронный.

5.2 Дополнительная литература

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: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=143495 (дата обращения: 04.05.2026). – ISBN 978-5-9585-0483-1. – Текст : электронный.

Рысаева, С. Ф. Компьютерная графика : учебное наглядное пособие для обучающихся по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» : [16+] / С. Ф. Рысаева, В. О. Карпенко ; Кемеровский государственный институт культуры. – Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры (КемГИК), 2021. – 79 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=696980 (дата обращения: 04.05.2026). – ISBN 978-5-8154-0626-1. – Текст : электронный.

5.3 Периодические издания

Маркетинг в России и за рубежом: журнал. 80963. - Москва : Финпресс. - 2020. - N 1-6. - 2021. - N 1-6. - 2022. - N 1-6. - 2023. - N 1-6. - 2024. - N 1-6. - 2025. - N 1-6.. - 2026. - N 1.

Маркетинг и маркетинговые исследования: журнал. 47552. - Москва : Агентство "Роспечать". - 2020. - N 1-4. - 2021. - N 1-4. - 2022. - N 1-4. - 2023. - N 1-4. - 2024. - N 1-4

5.4 Интернет-ресурсы

www.marketing.spb.ru – интернет-проект «Энциклопедия маркетинга»
http://marketing.web-3.ru – тематический портал о маркетинге
http://obs.ru – портал «Открытая школа бизнеса»
http://www.advmarket.ru – электронный журнал по маркетингу «Advmarket»
http://www.advertology.ru – информационно-аналитический портал о рекламе, маркетинге, PR

Информационные технологии и системы в сфере рекламы и связей с общественностью [Электронный ресурс] : электронный курс в системе Moodle / Н.В. Лужнова, Оренб. гос. ун-т. – Электрон. Дан. – Оренбург: ОГУ, 2026. – Режим доступа: Электронные курсы ОГУ в системе обучения moodle. - https://moodle.osu.ru/course/view.php?id=28433.

Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе https://openedu.ru/ - Открытое образование/ Разработчик курса: Санкт-Петербургский государственный университет, режим доступа: https://openedu.ru/course/spbu/TCT/?session=spring_2021.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Операционная система РЕД ОС.
2. Пакет офисных приложений «МойОфис Образование»
3. Для работы с ресурсами Интернет - веб-браузер Яндекс https://yandex.ru/..
4. ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2026]. – Режим доступа в сети ОГУ http://garant.net.osu.ru
5. Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования - АИССТ (зарегистрирована в РОСПАТЕНТ, Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2011610456, правообладатель – Оренбургский государственный университет), режим доступа - http://aist.osu.ru.
6. Профессиональная база данных и рейтинги креативности агентств, эффективности коммуникационных агентств, Digital-агентств АКАР, эффективности медийных агентств, маркетинговых услуг Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), режим доступа: https://www.akarussia.ru/node/9307

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.