Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Юров Сергей Серафимович
Должность: ректор
Дата подписания: 23.09.2022 11:53:41
Уникальный программный ключ:
3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bb90ff44b8f14

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом
Кафедра менеджмента и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ
Ректор _____ С.С. Юров
«27» августа 2021 г.

Б1.О.03 ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ МОДУЛЬ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.03.02 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И БАЗЫ ДАННЫХ В ПРИКЛАДНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ

Для направления подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:
организационный; маркетинговый; авторский, проектный

Направленность (профиль):
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Форма обучения:
очная, очно-заочная, заочная

Москва – 2021

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

«23» августа 2021 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 факультета ФУБ _____ /Н.Е. Козырева /
(подпись)

Заведующая кафедрой
разработчика РПД _____ / Е.С. Мальцева /
(подпись)

Протокол заседания кафедры № 1 от «25» августа 2021 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.
Модуль: Информационно-технологический
Осваивается: 3 семестр

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-6 - способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ПК-3 - способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной	**ОПК-6.1.** Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное	**Знает:** принципы отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности **Умеет:** отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение

деятельности.	обеспечение	для осуществления профессиональной деятельности **Владеет:** навыком отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности
	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:** современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение **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:** навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ПК-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	**ПК-3.1.** Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	**Знает:** основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта **Умеет:** применять основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта **Владеет:** навыком использования и применения основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	**Знает:** способы и методы организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта **Умеет:** организовать систему сбора необходимой информации при выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта **Владеет:** навыками организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
	ПК-3.3. Осуществляет	**Знает:** способы и методы организации

	мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	мониторинга обратной связи с разными целевыми группами **Умеет:** осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами **Владеет:** навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» 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: 4 з.е. / 144 час.

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц (по формам обучения)	
	Очная	Очно-заочная /Заочная
Аудиторные занятия	36	8
в том числе:		
Лекции	18	4
Практические занятия	8	2
Лабораторные работы	10	2
Самостоятельная работа	72	100/127
в том числе:		
часы на выполнение КР / КП	-	-
Промежуточная аттестация:		
Вид	экзамен	экзамен
Трудоемкость (час.)	36	36/9
Общая трудоемкость з.е. / часов	4 з.е. / 144 час.	4 з.е. / 144 час.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

по очной форме обучения

Тема / Содержание	**Количество часов**			
	Лекции	**Практические занятия**	**Лабораторные работы**	**Самост. работа** *(в т.ч. КР / КП)*
Тема 1. Информация, информационные ресурсы и потоки. Информатизация общества	2			9

Тема / Содержание	Количество часов			
	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа *(в т.ч. КР / КП)*
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.	2		2	9
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	2	2		9

Тема / Содержание	Количество часов			
	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа *(в т.ч. КР / КП)*
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.	2	2		9
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.	2		2	9
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.	4	2	2	9
Тема 7. Программы подготовки электронных презентаций	2		2	9

Тема / Содержание	Количество часов			
	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа *(в т.ч. КР / КП)*
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.	2	2	2	9
Итого (часов)	18	8	10	72
Форма контроля:	*экзамен*			36
Всего по дисциплине:	144 / 4 з.е.			

по очно-заочной и заочной формам обучения

Тема / Содержание	Количество часов			
	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа *(в т.ч. КР / КП)*
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.	1	-	-	11/15
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	1	-	-	12/16

Тема / Содержание	Количество часов			
	Лекции	**Практические занятия**	**Лабораторные работы**	**Самост. работа** *(в т.ч. КР / КП)*
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).	1	-	-	12/16

Тема / Содержание	Количество часов			
	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа *(в т.ч. КР / КП)*
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.	1	-	-	13/16
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.	-	1	-	13/16
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.	-	1	-	13/16
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	-	-	1	13/16
Тема 8. Настольные издательские системы	-	-	1	13/16

Тема / Содержание	Количество часов			
	Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа *(в т.ч. КР / КП)*
Обзор программ макетирования и верстки. Создание публикации. Верстка рекламных каталогов. Графические возможности программ.				
Итого (часов)	4	2	2	100/127
Форма контроля:	*экзамен*			36/9
Всего по дисциплине:	144 / 4 з.е.			

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 программное обеспечение:

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726);

2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, срок действия с 20.02.2020 г. по 28.02.2023 г., Лицензия: V8732726).

Свободно распространяемое программное обеспечение:

1. Браузер Google Chrome;
2. Браузер Yandex;
3. 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 ресурса
3. https://uisrussia.msu.ru/ - база 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
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.gallopercrm.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. Крупнейшее издание в сфере корпоративных информационных технологий.
14. http://www.akarussia.ru/knowledge/industrial_standarts - база данных по индустриальным стандартам интерактивной рекламы (разработано IAB Russia и утверждено комиссией по индустриальным 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. Работают совместно с такими компаниями как Hewlett-Packard, IBM, Intel, Microsoft , Dell EMC, Oracle.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Кабинет № 409-учебное помещение № I-24 для проведения учебных занятий

Учебное помещение оборудовано набором демонстрационного оборудования и набором учебно-наглядных пособий в цифровом виде, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины

Учебное помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:
1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41
2. проекционный экран;
3. доска маркерная учебная;
4. столы - 14 шт.;
5. стулья –28 шт.;
6. акустическая система;
7. блок управления проекционным оборудованием;
8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.
9. персональные компьютеры - 26шт.

Все компьютеры подключены к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Кабинет № 402- помещение № I-11, для самостоятельной работы.

Помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:

1 стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41
2. проекционный экран;
3. доска маркерная учебная;
4. столы – 14 шт.;
5. стулья –28 шт.;
6. акустическая система;
7. блок управления проекционным оборудованием;
8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.
9. персональные компьютеры - 26 шт.

Все компьютеры подключены 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 приобретается 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.

Приложение 1

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом
Кафедра менеджмента и маркетинга

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

Б1.О.03.02 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И БАЗЫ ДАННЫХ В ПРИКЛАДНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ

Для направления подготовки:
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:
организационный; маркетинговый; авторский, проектный

Направленность (профиль):
«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»

Форма обучения:
очная, очно-заочная, заочная

Москва – 2021

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
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:** принципы отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности **Умеет:** отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности **Владеет:** навыком отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности
	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:** современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение **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:** навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ПК-3. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	**ПК-3.1.** Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	**Знает:** основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта **Умеет:** применять основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта **Владеет:** навыком использования и применения основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении	**Знает:** способы и методы организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию

	маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	коммуникационного продукта **Умеет:** организовать систему сбора необходимой информации при выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта **Владеет:** навыками организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
	ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	**Знает:** способы и методы организации мониторинга обратной связи с разными целевыми группами **Умеет:** осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами **Владеет:** навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами

Показатели оценивания результатов обучения

Шкала оценивания			
неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Не знает принципы отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности **Не умеет** отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности **Не владеет** навыком отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления	**В целом знает** принципы отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности, но допускает грубые ошибки **В целом умеет** отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности, но допускает грубые ошибки **В целом владеет** навыком отбора	**Знает:** принципы отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности, но иногда допускает ошибки **Умеет:** отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности, но иногда допускает ошибки **Владеет:** навыком отбора	**Знает:** принципы отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности **Умеет:** отбирать необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности **Владеет:** навыком отбора необходимого технического оборудования и программного обеспечения для

профессиональной деятельности	необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности, но допускает грубые ошибки	необходимого технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности, но иногда допускает ошибки	осуществления профессиональной деятельности
Не знает современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение **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 **Не владеет** навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	**В целом знает** современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение, но допускает грубые ошибки **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 допускает грубые ошибки **В целом владеет** навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, но допускает грубые ошибки	**Знает** современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение, но иногда допускает ошибки **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 допускает ошибки **Владеет** навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, но иногда допускает ошибки	**Знает** современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение **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** навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Не знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации	**В целом знает** основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или)	**Знает** основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации	**Знает** основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации

коммуникационного продукта **Не умеет** применять основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта **Не владеет** навыком использования и применения основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	реализации коммуникационного продукта, но допускает грубые ошибки. **В целом умеет** применять основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта, но часто испытывает затруднения. **В целом владеет** навыком использования и применения основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта, но часто испытывает затруднения.	коммуникационного продукта, но иногда ошибается **Умеет** применять основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта, но иногда испытывает затруднения. **Владеет** навыком использования и применения основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта, но иногда испытывает затруднения.	коммуникационного продукта **Умеет** применять основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта **Владеет** навыком использования и применения основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
Не знает способы и методы организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта **Не умеет** организовать систему сбора необходимой информации при выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	**В целом знает** способы и методы организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта, но допускает грубые ошибки. **В целом умеет** организовать систему сбора необходимой информации при выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта, но часто испытывает затруднения.	**Знает** способы и методы организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта, но иногда ошибается **Умеет** организовать систему сбора необходимой информации при выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта, но иногда испытывает затруднения. **Владеет** навыками организации и	**Знает** способы и методы организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта **Умеет:** организовать систему сбора необходимой информации при выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта **Владеет** навыками организации и выполнении маркетинговых исследований,

Не владеет навыками организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	**В целом владеет** навыками организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта, но часто испытывает затруднения.	выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта, но иногда испытывает затруднения.	направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
Не знает способы и методы организации мониторинга обратной связи с разными целевыми группами **Не умеет** осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами **Не владеет** навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	**В целом знает** способы и методы организации мониторинга обратной связи с разными целевыми группами, но допускает грубые ошибки. **В целом умеет** осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами, но часто испытывает затруднения. **В целом владеет** навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами, но часто испытывает затруднения.	Знает способы и методы организации мониторинга обратной связи с разными целевыми группами , но иногда ошибается Умеет осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами, но иногда испытывает затруднения. Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами, но иногда испытывает затруднения.	**Знает** способы и методы организации мониторинга обратной связи с разными целевыми группами **Умеет** осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами **Владеет** навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

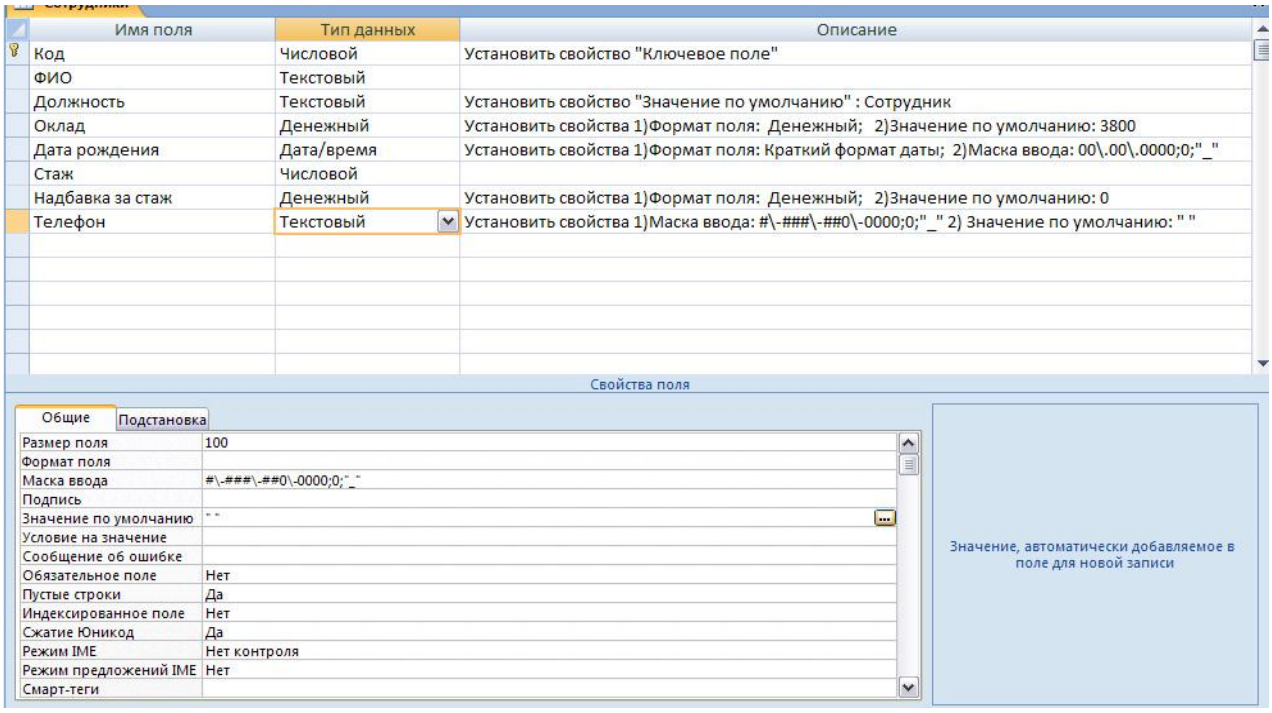
Лабораторная работа (пример)

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 IME	Нет контроля
Режим предложений IME	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.

Сотрудники

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*(Оклад + 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**.**

Пример лабораторной работы

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 1. 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 2. 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.

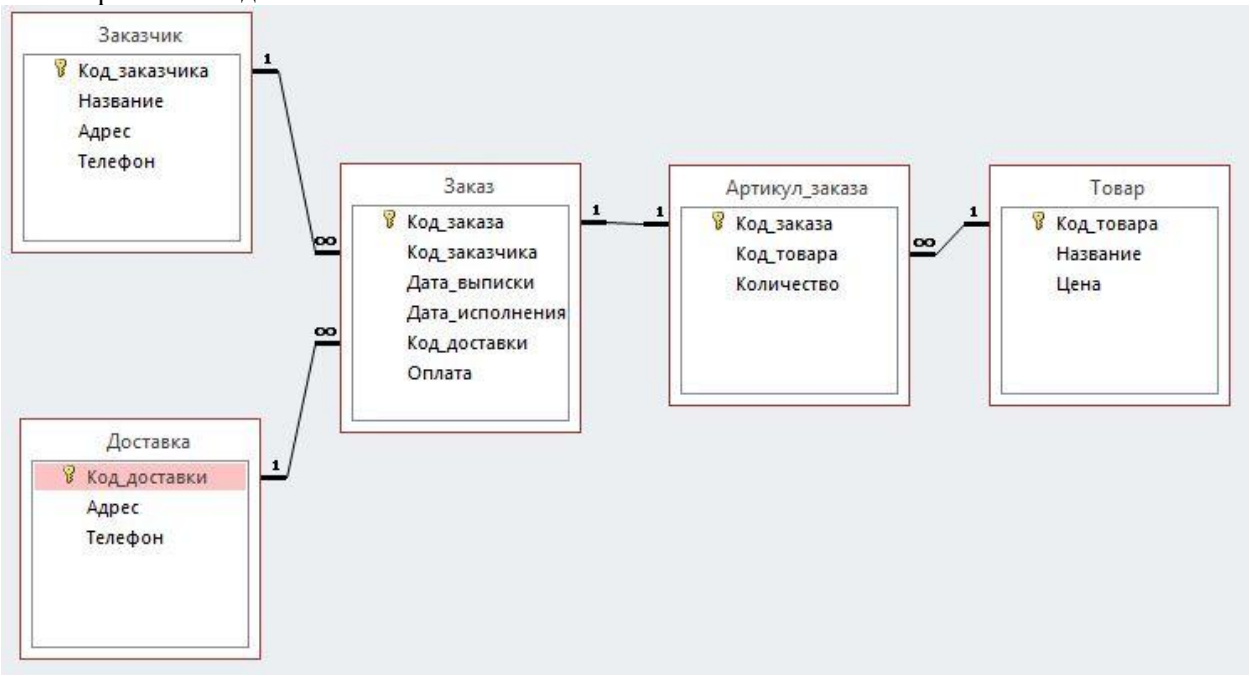
30) Вывести суммарную стоимость поставок для сборщиков с рейтингом 1.
31) Вывести суммарную стоимость поставок для сборщиков с рейтингом 1 и 2.
32) Вывести данные о сборщиках и производителях, учувствовавших в поставках 6-го числа.
33) Вывести данные о поставках, стоимость которых превышает среднюю стоимость поставок.

Пример лабораторной работы 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	☑
2	12	23.05.2014	27.06.2014	22	☑
3	13	21.04.2013	27.05.2013	23	☐
4	11	05.06.2014	05.07.2014	21	☑
5	12	02.05.2014	04.06.2014	22	☑
6	13	07.02.2013	03.03.2013	23	☐
7	11	05.06.2013	03.07.2013	21	☑
8	12	21.09.2013	28.10.2013	22	☑
9	13	05.08.2014	04.09.2014	23	☑
10	11	20.02.2014	25.02.2014	21	☐
0					☐

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.

Контрольная работа (пример)

1 Вариант

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∧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:

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

2 Вариант

1. Определите, какие утверждения являются логическими высказываниями:

«2*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∨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 за контрольное задание формируется следующим образом:

- Решение задач – оценивание производится по пятибалльной шкале.

Тесты (пример)

1. 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+1111011110,12;

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: A, B или C. Сколько бит информации содержит сообщение о том, что он находится в урне B?
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:

Год рождения	*Фамилия*	*Имя*
1970	Иванова	Марина
1970	Иванова	Наталья
1970	Петрова	Татьяна
1970	Звягина	Ирина

Определите количество информации, недостающее для того, чтобы выполнить следующую просьбу: ” Пожалуйста, позовите к телефону Иванову”.
а) 1 бит;
б) 2 бита;
в) 3 бита;
г) 4 бита.

9. Дан список сотрудников некоторой организации:

Год рождения	*Фамилия*	*Имя*
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.

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

<table>
<tr><th>4-балльная шкала (экзамен, зачет с оценкой)</th><th>Двух-балльная шкала (зачет)</th><th>Показатели</th><th>Критерии</th></tr>
<tr><td>Отлично</td><td rowspan="3">зачтено</td><td rowspan="4">1. Полнота ответов на вопросы и выполнения задания.
2. Аргументированность выводов.
3. Умение перевести теоретические знания в практическую плоскость.</td><td>глубокое знание теоретической части темы, умение проиллюстрировать изложенное примерами, полный и ответ на вопросы</td></tr>
<tr><td>Хорошо</td><td>глубокое знание теоретических вопросов, ответы на вопросы преподавателя, но допустившим незначительные ошибки</td></tr>
<tr><td>Удовлетворительно</td><td>знание основных положений теории при наличии существенных пробелов в деталях, затруднения при практическом применении теории, существенные ошибки при ответах на вопросы преподавателя, но показавшим знание структуры основного учебно-программного материала.</td></tr>
<tr><td>Неудовлетворительно</td><td>Не зачтено</td><td>существенные пробелы в знаниях основных положений теории, не владение терминологией, знанием основных методик, не способность формулировать свои мысли, применять на практике теоретические положения, ответить на вопросы преподавателя.</td></tr>
</table>

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 № 1 от 25.08.2021 г.).