

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Воронежский государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета _____ / Акопян А.В. /

25 ноября 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Основы сетевых коммуникаций»

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника бакалавр

Нормативный период обучения 4 года / 4 года и 11 м.

Форма обучения очная / заочная

Год начала подготовки 2023

Автор программы	_____	С.В. Меликян
Заведующий кафедрой Связи с общественностью	_____	Н.Н. Скрипникова
Руководитель ОПОП	_____	Н.Н. Скрипникова

Воронеж 2022

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цели дисциплины

- формирование у студентов системного представления об основных тенденциях развития интернет-технологий в журналистике, рекламе и связях с общественностью;
- представление об эффективной эксплуатации Интернета в комплексе с другими медиа: телевидением, наружной рекламой, прессой, радио и ВТЛ, использовании Интернет-индустрии в качестве средства продвижения компании и ее товаров.

1.2. Задачи освоения дисциплины

- изучение базовых положений в области Интернет, понятий профессиональной терминологии, обязательных для практического использования полученных знаний в решении профессиональных задач;
- формирование фундаментальной подготовки студента в области применения Интернет-технологий в рекламе и связях с общественностью;
- ознакомление с состоянием развития Интернет-технологий в нашей стране и за рубежом.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Основы сетевых коммуникаций» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору) блока Б1.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Процесс изучения дисциплины «Основы сетевых коммуникаций» направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ПК-3 - Способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции
УК-1	Знать теоретические принципы и методологию поиска информации в сети Интернет
	Уметь применять системный подход в поиске информации при решении профессиональных задач
	Владеть технологиями поиска информации; навыками анализа результатов исследований и принятия управленческих решений на стратегическом, тактическом и оперативном уровне управления деятельности предприятия (организации)

ПК-3	Знать историю и основные тенденции развития сети Интернет
	Уметь использовать знания в сфере сетевых коммуникаций в профессиональной деятельности
	Владеть технологиями использования коммуникаций в сети Интернет в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Основы сетевых коммуникаций» составляет 4 з.е.

Распределение трудоемкости дисциплины по видам занятий
очная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		3
Аудиторные занятия (всего)	54	54
В том числе:		
Лекции	18	18
Практические занятия (ПЗ)	36	36
Самостоятельная работа	90	90
Виды промежуточной аттестации - зачет с оценкой	+	+
Общая трудоемкость академические часы з.е.	144 4	144 4

заочная форма обучения

Виды учебной работы	Всего часов	Семестры
		3
Аудиторные занятия (всего)	8	8
В том числе:		
Лекции	2	2
Практические занятия (ПЗ)	6	6
Самостоятельная работа	132	132

Часы на контроль	4	4
Виды промежуточной аттестации - зачет с оценкой	+	+
Общая трудоемкость академические часы з.е.	144 4	144 4

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1 Содержание разделов дисциплины и распределение трудоемкости по видам занятий

очная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Интернет как новая медийная среда.	Интерактивность: определение понятия. Интеракция в межличностной, групповой и межгрупповой коммуникации. Функции и свойства интерактивной среды. Принципы и основные формы интерактивного взаимодействия. Коммуникационные модели в сети Интернет. Сообщества, блоги, форумы, социальные сети.	4	6	14	24
2	Связи с общественностью в сети Интернет.	Уникальные свойства интерактивной среды как основы для профессиональной деятельности. Инструменты и методы работы в сети. Бизнес-модели в сети Интернет. Интернет-стратегии и конкурентные преимущества. Разработка партнерских программ, офф-лайн мероприятия.	4	6	14	24
3	Интерактивная журналистика.	Интерактивность на телевидении. Типы интерактивных телепередач и их основные признаки. Модели, сценарии. Профессиональные качества журналиста в условиях интерактивного общения.	4	6	14	24
4	Интернет как полноценный медиаканал.	Средства Интернета в комплексе с другими медиа: телевидением, наружной рекламой, прессой, радио и BTL. Медиапланирование в Интернете.	2	6	16	24
5	Web-сайт компании.	Разработка технического задания на проектирование веб-сайта. Контент и дизайн веб-сайта. Стратегии привлечения посетителей и обеспечения безопасности. Использование сайта в качестве инструмента продвижения компании и ее товаров.	2	6	16	24
6	Реклама в Интернет.	Pull & Push технологии. Виды носителей рекламы. Баннеры и рекламные системы. Средства Интернет-рекламы, соответствующие различным типам кампаний.	2	6	16	24
Итого			18	36	90	144

заочная форма обучения

№ п/п	Наименование темы	Содержание раздела	Лекц	Прак зан.	СРС	Всего, час
1	Интернет как новая медийная среда.	Интерактивность: определение понятия. Интеракция в межличностной, групповой и межгрупповой коммуникации. Функции и свойства интерактивной среды. Принципы и основные формы интерактивного взаимодействия. Коммуникационные модели в сети Интернет. Сообщества, блоги, форумы, социальные сети.	2	-	22	24
2	Связи с общественностью в сети Интернет.	Уникальные свойства интерактивной среды как основы для профессиональной деятельности. Инструменты и методы работы в сети. Бизнес-модели в сети Интернет. Интернет-стратегии и конкурентные преимущества. Разработка партнерских программ,	-	-	22	22

		офф-лайн мероприятия.				
3	Интерактивная журналистика.	Интерактивность на телевидении. Типы интерактивных телепередач и их основные признаки. Модели, сценарии. Профессиональные качества журналиста в условиях интерактивного общения.	-	-	22	22
4	Интернет как полноценный медиаканал.	Средства Интернета в комплексе с другими медиа: телевидением, наружной рекламой, прессой, радио и ВТЛ. Медиапланирование в Интернете.	-	2	22	24
5	Web-сайт компании.	Разработка технического задания на проектирование веб-сайта. Контент и дизайн веб-сайта. Стратегии привлечения посетителей и обеспечения безопасности. Использование сайта в качестве инструмента продвижения компании и ее товаров.	-	2	22	24
6	Реклама в Интернет.	Pull & Push технологии. Виды носителей рекламы. Баннеры и рекламные системы. Средства Интернет-рекламы, соответствующие различным типам кампаний.	-	2	22	24
Итого			2	6	132	140

5.2 Перечень лабораторных работ

Не предусмотрено учебным планом

6. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ ПРОЕКТОВ (РАБОТ) И КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

В соответствии с учебным планом освоение дисциплины не предусматривает выполнение курсового проекта (работы) или контрольной работы.

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

7.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

7.1.1 Этап текущего контроля

Результаты текущего контроля знаний и межсессионной аттестации оцениваются по следующей системе:

«аттестован»;

«не аттестован».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Аттестован	Не аттестован
УК-1	Знать теоретические принципы и методологию поиска информации в сети Интернет	Тест, письменно-устный ответ	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Уметь применять системный подход в поиске информации при решении профессиональных задач	Тест, письменно-устный ответ	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Владеть технологиями поиска информации; навыками анализа	Тест, письменно-устный ответ	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

	результатов исследований и принятия управленческих решений на стратегическом, тактическом и оперативном уровне управления деятельности предприятия (организации)			программах
ПК-3	Знать историю и основные тенденции развития сети Интернет	Тест, письменно-устный ответ	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Уметь использовать знания в сфере сетевых коммуникаций в профессиональной деятельности	Тест, письменно-устный ответ	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах
	Владеть технологиями использования коммуникаций в сети Интернет в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов	Тест, письменно-устный ответ	Выполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах	Невыполнение работ в срок, предусмотренный в рабочих программах

7.1.2 Этап промежуточного контроля знаний

Результаты промежуточного контроля знаний оцениваются в 3 семестре для очной формы обучения, 3 семестре для заочной формы обучения по четырехбалльной системе:

«отлично»;

«хорошо»;

«удовлетворительно»;

«неудовлетворительно».

Компетенция	Результаты обучения, характеризующие сформированность компетенции	Критерии оценивания	Отлично	Хорошо	Удовл.	Неудовл.
УК-1	Знать теоретические принципы и методологию поиска информации в сети Интернет	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов
	Уметь применять системный подход в поиске информации при решении профессиональных задач	Решение стандартных практических задач	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены

	Владеть технологиями поиска информации; навыками анализа результатов исследований и принятия управленческих решений на стратегическом, тактическом и оперативном уровне управления деятельности предприятия (организации)	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	задачах Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
ПК-3	Знать историю и основные тенденции развития сети Интернет	Тест	Выполнение теста на 90-100%	Выполнение теста на 80-90%	Выполнение теста на 70-80%	В тесте менее 70% правильных ответов
	Уметь использовать знания в сфере сетевых коммуникаций в профессиональной деятельности	Решение стандартных практических задач	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены
	Владеть технологиями использования коммуникаций в сети Интернет в проектировании в области рекламы и связей с общественностью фирмы, организации, обеспечению средств и методов по реализации проектов	Решение прикладных задач в конкретной предметной области	Задачи решены в полном объеме и получены верные ответы	Продемонстрирован верный ход решения всех, но не получен верный ответ во всех задачах	Продемонстрирован верный ход решения в большинстве задач	Задачи не решены

7.2 Примерный перечень оценочных средств (типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности)

7.2.1 Примерный перечень заданий для подготовки к тестированию

1. Интернет периода 1969—1994 гг. можно охарактеризовать как

- а) «коммерческую сеть»;
- б) «некоммерческую сеть»;
- в) исследования в сфере информатики.

2. Интернет — это

- а) взаимосвязь сетей, базирующаяся на едином коммуникационном протоколе;
- б) группа соединенных компьютеров и других устройств;

в) мощный компьютер со специальным программным обеспечением.

3. Сайт — это

- а) программа, предназначенная для просмотра опубликованных в Интернете веб-страниц;
- б) программа, установленная на компьютере, подключенном к высокоскоростной магистрали Интернет;
- в) интегрированная часть сервера, посвященная какой-либо одной тематике.

4. Интернет-магазин представляет собой

- а) компанию, осуществляющую торговлю в Интернете с помощью веб-сайта;
- б) специальную форму on-line заказа;
- в) электронный каталог товаров.

5. Сайт Интернет-магазина содержит

- а) только каталоги товаров;
- б) только клиентскую базу;
- в) каталоги товаров и клиентскую базу.

6. Чтобы получить возможность совершить покупку в Интернет-магазине, главное, что необходимо сделать клиенту, — это

- а) позвонить администратору магазина;
- б) зарегистрироваться на сайте;
- в) сделать заказ.

7. Для обеспечения конфиденциальности информации, оставляемой клиентом на сайте, могут быть применены

- а) только специальные средства защиты и шифрования;
- б) только пароли;
- в) специальные средства защиты и шифрования и пароли.

8. Если клиент приобретает товар в Интернет-магазине, то он

- а) должен оплатить его исключительно при получении товара;
- б) должен оплатить его исключительно по предоплате;
- в) может оплатить его как при получении товара, так и по предоплате.

9. Основной функцией создания корпоративного сайта является

- а) только поддержка существующего бизнеса;
- б) только продвижение товаров и услуг компании в сети;
- в) поддержка существующего бизнеса и продвижение товаров и услуг компании в сети.

10. Недопустимо, чтобы сайт компании обладал таким свойством, как

- а) профессиональный дизайн;
- б) поддержка диалога с клиентами и вовлечение их в дискуссию;
- в) нерегулярное обновление информации.

7.2.2 Примерный перечень заданий для решения стандартных задач

1. Интернет-бэнкинг — это

- а) услуги, которые оказывает обычный банк, кроме операций с наличными;
- б) услуги, которые оказывает обычный банк, включая и операции с наличными;
- в) платежная система.

2. Интернет-трейдинг — это

- а) осуществление операций купли/продажи ценных бумаг на бирже, с помощью программы, установленной на компьютере;
- б) проведение расчетов и контроль за ними;
- в) платежная система.

3. Из дополнительных услуг связи Интернет-компании используют

- а) только SMS-сообщения;
- б) только передачу сообщений на пейджеры;
- в) SMS-сообщения и передачу сообщений на пейджеры.

4. Наблюдение в Интернете за посетителями сайта позволяет

- а) лишь собрать статистическую информацию о поведении посетителей на сайте и их предпочтениях;
- б) лишь выявить степень заинтересованности посетителей в содержимом сайта;
- в) собрать статистическую информацию о поведении посетителей на сайте и их предпочтениях и выявить степень заинтересованности посетителей в содержимом сайта.

5. Под интернет-рекламой понимается

- а) любая оплачиваемая форма неличного представления и продвижения идей, товаров и услуг посредством Интернет;
- б) электронная почтовая рассылка;
- в) интернет-новости.

6. К основным особенностям интернет-рекламы относятся:

- а) анализ статистической информации;
- б) интерактивность, активность пользователей, регистрируемость;
- в) креативность.

7. Один из эффективных инструментов интернет-рекламы — это

- а) спам;
- б) поисковые системы;
- в) рекламные вставки и мини-сайты.

8. Наиболее действенный инструмент Интернет-маркетинга — это

- а) ценообразование;
- б) интернет-реклама;

в) электронная почтовая рассылка.

9. Один из важнейших инструментов Интернет-маркетинга — это

- а) электронная почта;
- б) тестирование;
- в) интернет-этикет.

10. Комплекс маркетинговых коммуникаций в Интернете включает в себя

- а) рекламу;
- б) стимулирование сбыта;
- в) связи с общественностью.

7.2.3 Примерный перечень заданий для решения прикладных задач

1. Одним из популярных видов интернет-рекламы является

- а) реклама с использованием электронной почты;
- б) баннерная реклама;
- в) контекстная реклама.

2. Для проведения эффективной рекламной кампании необходимо определить

- а) цели и задачи;
- б) оценку эффективности;
- в) полноту информации.

3. Один из главных критериев выбора рекламной площадки для рекламодателя — это

- а) стоимость рекламы;
- б) анализ результатов;
- в) удобство.

4. К основным методам стимулирования продаж в Интернет можно отнести

- а) скидки, подарки, конкурсы, лотереи;
- б) поиск, анализ, выбор;
- в) тестирование.

5. Public Relations — это

- а) создание благоприятного образа компании;
- б) расширение границ влияния компании на потребителя;
- в) связи с общественностью.

6. В Интернете одной из основных функций PR является

- а) создание благоприятного образа компании и поддержание репутации компании на нужном уровне;
- б) разработка программы мероприятий по стимулированию сбыта;
- в) построение взаимоотношений компании с клиентами.

7. Интернет-технологии дают возможность реализовать такой вид маркетинговых коммуникаций, как

- а) личные продажи;
- б) охват аудитории;
- в) приспособление к рыночным условиям.

8. Целью осуществления прямой продажи является

- а) установление и поддержание прямой коммуникации между продавцом и покупателем;
- б) создание баз клиентов;
- в) партнерские программы.

9. Одна из наиболее типичных форм мошенничества в Интернете — это

- а) фишинг;
- б) бенчмаркинг;
- в) мерчандайзинг.

10. К достоинствам Интернет-маркетинга относят

- а) исключительно доступность крупным и малым фирмам;
- б) исключительно неограниченность рекламного пространства;
- в) как доступность крупным и малым фирмам, так и неограниченность рекламного пространства.

7.2.4 Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Что такое Интернет? Назовите основные этапы развития.
2. Информационное пространство сети Интернет.
3. Функции и свойства интерактивной среды.
4. Классификация информационных ресурсов Интернета
5. Поиск информации в Интернете
6. Мультимедиа в Интернет.
7. Интерактивные коммуникации в сети Интернет (форум, чат, ICQ)
8. Интерактивные коммуникации в сети Интернет (сообщество, блог, twitter)
9. Социальные сети.
10. Аналитические исследования в Интернете
11. PR-инструменты сети Интернет: стратегии использования.
12. Интернет-журналистика
13. Web-сайт компании: дизайн и размещение.
14. Web-сайт компании: контент и привлечение посетителей.
15. Web-сайт компании: стратегии использования.
16. Технологии Интернет-рекламы. Преимущества и недостатки рекламы в сети.
17. Виды Интернет-рекламы.
18. Интернет-баннер. Виды рекламных баннеров в Интернет.
19. Основные требования к содержательной рекламе
20. Эффективность Интернет-рекламы

7.2.6. Методика выставления оценки при проведении промежуточной аттестации

Дифференцированный зачет проводится по билетам, каждый из которых содержит 2 вопроса. Каждый правильный ответ на вопрос в билете оценивается 10 баллами. Максимальное количество набранных баллов – 20.

1. Оценка «Неудовлетворительно» ставится в случае, если студент набрал менее 6 баллов.
2. Оценка «Удовлетворительно» ставится в случае, если студент набрал от 6 до 10 баллов
3. Оценка «Хорошо» ставится в случае, если студент набрал от 11 до 15 баллов.
4. Оценка «Отлично» ставится, если студент набрал от 16 до 20 баллов.

7.2.7 Паспорт оценочных материалов

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Интернет как новая медийная среда.	УК-1, ПК-3	Тест, письменно-устный ответ
2	Связи с общественностью в сети Интернет.	УК-1, ПК-3	Тест, письменно-устный ответ
3	Интерактивная журналистика.	УК-1, ПК-3	Тест, письменно-устный ответ
4	Интернет как полноценный медиаканал.	УК-1, ПК-3	Тест, письменно-устный ответ
5	Web-сайт компании.	УК-1, ПК-3	Тест, письменно-устный ответ
6	Реклама в Интернет.	УК-1, ПК-3	Тест, письменно-устный ответ

7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Тестирование осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных тест-заданий на бумажном носителе. Время тестирования 30 мин. Затем осуществляется проверка теста экзаменатором и выставляется оценка согласно методике выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение стандартных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно методике выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

Решение прикладных задач осуществляется, либо при помощи компьютерной системы тестирования, либо с использованием выданных задач на бумажном носителе. Время решения задач 30 мин. Затем осуществляется проверка решения задач экзаменатором и выставляется оценка, согласно

методики выставления оценки при проведении промежуточной аттестации.

8 УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ)

8.1 Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

1. Патаракин, Е. Д. Сетевые сообщества и обучение [Электронный ресурс] / Е. Д. Патаракин. - Сетевые сообщества и обучение ; 2024-04-01. - Москва, Саратов : ПЕР СЭ, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 111 с. - Гарантированный срок размещения в ЭБС до 01.04.2024 (автопродлонгация). - ISBN 978-5-4486-0853-7. URL: <http://www.iprbookshop.ru/88223.html>
2. Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 3-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 260 с. - ISBN 978-5-394-02257-9. URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454124>
3. 78-2020 Организация контактной работы преподавателей и студентов: методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж : Воронежский государственный технический университет, 2020. - 12 с. Методические рекомендации подготовлены в электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова_Методические рекомендации по контактной работе.pdf.
4. 76-2020 Организация самостоятельной работы студентов: методические рекомендации для студентов направления 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» всех форм обучения / ФГБОУ ВО «Воронеж. гос. тех. ун-т», каф. связи с общественностью; сост.: Н. Н. Скрипникова, Е. С. Чеснокова. - Воронеж : Воронежский государственный технический университет, 2020. - 24 с. Методические рекомендации подготовлены в

электронном виде и содержатся в файле Н.Н. Скрипникова, Е.С. Чеснокова
Метод. рек. по самост. работе студ..pdf

8.2 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного программного обеспечения, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Лицензионное программное обеспечение

- Microsoft Office Word 2013/2007
- Microsoft Office Excel 2013/2007
- Microsoft Office Power Point 2013/2007
- Acrobat Professional 11.0 MLP
- ABBYY FineReader 9.0

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <http://mediahead.ru>
2. <http://www.adme.ru>
3. <http://www.b2blogger.com>
4. <http://www.smi-nn.ru>
5. <http://www.sitnikov.com>
6. www.webplanet.ru
7. <http://www.pressclub.host.ru>

Информационные справочные системы

- <http://window.edu.ru>
<https://wiki.cchgeu.ru/>

9 МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКАЯ БАЗА, НЕОБХОДИМАЯ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Освоение дисциплины предполагает использование академической аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий с необходимыми техническими средствами (компьютер с Microsoft Office, проектор, экран переносной напольный, презентации в системе Power Point, банк тестов по курсу).

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

По дисциплине «Основы сетевых коммуникаций».

Основой изучения дисциплины являются лекции, на которых излагаются наиболее существенные и трудные вопросы, а также вопросы, не нашедшие отражения в учебной литературе.

В соответствии с требованиями образовательного стандарта при реализации компетентностного подхода предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

1. Интерактивные лекции с использованием мультимедийного оборудования, а также интерактивного взаимодействия с аудиторией по принципу «вопрос – ответ».
2. Подготовка самостоятельных творческих работ и их последующие презентации, решение PR-задач/ситуаций из реальной PR-практики, деловые игры, кейсы, тестирование, проведение групповых дискуссий по тематике курса, современные технологии контроля знаний.

Контроль усвоения материала дисциплины производится тестированием, письменно-устным ответом студента на зачете.

Вид учебных занятий	Деятельность студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначение вопросов, терминов, материала, которые вызывают трудности, поиск ответов в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на лекции или на практическом занятии.
Практическое занятие	Конспектирование рекомендуемых источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы.
Самостоятельная работа	Самостоятельная работа студентов способствует глубокому усвоению учебного материала и развитию навыков самообразования. Самостоятельная работа предполагает следующие составляющие: - работа с текстами: учебниками, справочниками, дополнительной литературой, а также проработка конспектов лекций;

	- работа над темами для самостоятельного изучения; - участие в работе студенческих научных конференций, олимпиад; - подготовка к промежуточной аттестации.
Подготовка к промежуточной аттестации	Готовиться к промежуточной аттестации следует систематически, в течение всего семестра. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц-полтора до промежуточной аттестации. Данные перед зачетом с оценкой, зачетом с оценкой три дня эффективнее всего использовать для повторения и систематизации материала.

Лист регистрации изменений

№ п/п	Перечень вносимых изменений	Дата внесения изменений	Подпись заведующего кафедрой, ответственной за реализацию ОПОП
1	Актуализирован раздел 8.2 в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем	31.08.2019	
2	Актуализирован раздел 8.2 в части состава используемого лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и справочных информационных систем	31.08.2020	