

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

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета  Скляр К.А.
«31» августа 2018 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 2018

Автор программы  /Меликян С.В./

**Заведующий кафедрой
Связи с общественностью**  /Скрипникова Н.Н./

Руководитель ОПОП  / Скрипникова Н.Н./

Воронеж 2018

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 вариативной части (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 ВТЛ. 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	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 компании 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 методики 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 методики 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;

	<ul style="list-style-type: none">- 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	