

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**  
**Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова**

Кафедра компьютерных сетей

**УТВЕРЖДАЮ**

Декан исторического факультета



Р.М. Фролов

21 мая 2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**«Цифровые коммуникации»**

Направление подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)  
«Реклама и связи с общественностью»

Форма обучения  
очная

Программа одобрена  
на заседании кафедры  
от «22» апреля 2024 года, протокол № 8

Программа одобрена НМК  
факультета ИВТ  
протокол № 6 от «26» апреля 2024 года

Ярославль

### 1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Цифровые коммуникации» является формирование у обучающихся предусмотренных ФГОС ВО компетенций, углубленных знаний о принципах организации и работы компьютерных сетей и интернет-технологий в индустрии связей с общественностью и рекламе, представлений об основных методах и приёмах эффективного применения сервисов глобальной сети, а также выработке прочных навыков их использования в профессиональной деятельности.

### 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Цифровые коммуникации» относится к обязательной части, читается во 2 семестре.

Дисциплина «Цифровые коммуникации» базируется на начальном, школьном уровне знаний студентов. Знания и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются при изучении общепрофессиональных и специальных дисциплин, в частности «Введение в коммуникационные специальности», «Теория и практика рекламы», «Интегрированные коммуникации» и др.

### 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих элементов компетенций в соответствии с ФГОС ВО, ООП ВО и приобретения следующих знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности:

Формируемая компетенция (код и формулировка)	Индикатор достижения компетенции (код и формулировка)	Перечень планируемых результатов обучения
<b>Общепрофессиональные компетенции</b>		
<b>ОПК-6.</b> Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	<b>ИД-ОПК-6.1.</b> Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.	<b>Знать:</b> основные понятия сферы современных информационных технологий; основные характеристики современных информационных технологий; технические и программные средства реализации ИТ; основные возможности цифровых технологий для рекламы и связей с общественностью <b>Уметь:</b> грамотно использовать основные понятия сферы современных информационных технологий; применять технические и программные средства для решения профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью; использовать ресурсы глобальной сети интернет для ориентации в современных тенденциях развития рекламы и связей с общественностью <b>Владеть (навыками):</b> понятийным аппаратом сферы современных информационных технологий; методами решения профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью через применение современных ИТ; технологий использования ресурсов глобальной сети

		Интернет в сфере рекламы и связей с общественностью
	<b>ИД-ОПК-6.2.</b> Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	<b>Знать:</b> понятие информационного общества, его признаки; сущность и значение информации в сфере рекламы и PR; технологию обработки различных видов информации с помощью цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения <b>Уметь:</b> осуществлять профессиональную деятельность специалиста в области рекламы и PR в условиях информационного общества; использовать в профессиональной деятельности различные источники информации <b>Владеть навыками:</b> понятиями информации и информационного общества; методами обработки различных видов информации с помощью цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения

#### 4. Объем, структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.

№ п/п	Темы (разделы) дисциплины, их содержание	Семестр	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу студентов, и их трудоемкость (в академических часах)						Формы текущего контроля успеваемости  Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			лекции	практические	лабораторные	консультации	аттестационные испытания	самостоятельная работа	
1	Цифровые коммуникации. Введение. Сущность и виды коммуникаций	2	2					2	
2	Интернет	2	3					2	
3	Основы работы в текстовом процессоре Microsoft Word	2		10		1		2	
4	Реклама и PR в информационном обществе	2	2					2	
5	Поиск информации в Web	2	1	4				2	
6	Как работает реклама	2	1	2				2	
7	Разработка и создание	2	2	2		2		2	

	контента для корпоративных и промо-сайтов								
8	Основы работы со средствами создания электронных презентаций	2	2	12		2		7	
9	Краудфандинг и краудсорсинг	2	2			1		2	
10	Вирусные технологии в рекламе и связях с общественностью	2	2	4		1		2	
							0,3	24,7	Зачет
	<b>Всего 108</b>		<b>17</b>	<b>34</b>		<b>7</b>	<b>0,3</b>	<b>49,7</b>	

### Содержание разделов дисциплины:

#### 1. Введение.

- 1.1. Цифровые коммуникации.
- 1.2. Сущность и виды коммуникаций

#### 2. Интернет.

- 2.1. История создания и развития сети Интернет от мэйнфреймов до современных облаков.
- 2.2. Краткая история Интернета.
- 2.3. Интернет. Структура, принципы работы. Адресация.
- 2.4. История российского сегмента Интернета (Рунета).
- 2.5. Основные понятия и термины Интернета

#### 3. Основы работы в текстовом процессоре Microsoft Word.

- 3.1. Разработка буклета по образцу.
- 3.2. Создание текста и оформление буклета.
- 3.3. Создание текста и оформление листовки.
- 3.4. Художественное оформление печатной рекламы.

#### 4. Реклама и PR в информационном обществе.

- 4.1. Информационное общество. Типы организации общества.
- 4.2. Функции и дисфункции развития цифровых коммуникаций.
- 4.3. Этапы развития цифровых коммуникаций.

#### 5. Поиск информации в Web.

- 5.1. Индексированные каталоги. Онлайн-энциклопедические справочники.
- 5.2. Инструменты поиска. Поисковые системы. Возможности поиска, основные операторы.
- 5.3. Поисковые запросы. Статистика.
- 5.4. Сравнительная характеристика поисковых сервисов.

#### 6. Как работает реклама?

- 6.1. Критерии эффективного сообщения.
- 6.2. Виды Интернет-рекламы.
- 6.3. Технология размещения контекстной рекламы.

#### 7. Разработка и создание контента для корпоративных и промо-сайтов.

- 7.1. Виды Интернет-сайтов.
- 7.2. Роль специалистов по рекламе и PR в разработке сайтов.
- 7.3. Инструменты и технологии продвижения Интернет-сайтов.

#### 8. Основы работы со средствами создания электронных презентаций.

- 8.1. Электронные презентации.
- 8.2. Разработка электронной презентации Microsoft PowerPoint по образцу.
- 8.3. Создание презентации с помощью редактора Microsoft PowerPoint.

#### 9. Краудфандинг и краудсорсинг: что это такое?

- 9.1. Цифровой краудсорсинг. Умная толпа. Фолксономия и краудсорсинг.

9.2. Социальные медиа.

9.3. Интернет-блоги в рекламе и связях с общественностью.

## **10. Вирусные технологии в рекламе и связях с общественностью**

10.1. Интернет-мемы и вирусные технологии. Этапы и технологии вирусного маркетинга.

10.2. Особенности вирусных технологий в различных социальных медиа. Риски вирусного маркетинга.

## **5. Образовательные технологии, в том числе технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

В процессе обучения используются следующие образовательные технологии:

**Вводная лекция** – дает первое целостное представление о дисциплине и ориентирует студента в системе изучения данной дисциплины. Студенты знакомятся с назначением и задачами курса, его ролью и местом в системе учебных дисциплин и в системе подготовки в целом. Дается краткий обзор курса, история развития науки и практики, достижения в этой сфере, имена известных ученых, излагаются перспективные направления исследований. На этой лекции высказываются методические и организационные особенности работы в рамках данной дисциплины, а также дается анализ рекомендуемой учебно-методической литературы.

**Академическая лекция с элементами лекции-беседы** – последовательное изложение материала, осуществляемое преимущественно в виде монолога преподавателя. Элементы лекции-беседы обеспечивают контакт преподавателя с аудиторией, что позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным темам дисциплины, активно вовлекать их в учебный процесс, контролировать темп изложения учебного материала в зависимости от уровня его восприятия.

**Практическое занятие** – занятие, посвященное освоению конкретных умений и навыков по закреплению полученных на лекции знаний.

**Консультации** – вид учебных занятий, являющийся одной из форм контроля самостоятельной работы студентов. На консультациях по просьбе студентов рассматриваются наиболее сложные моменты при освоении материала дисциплины, преподаватель отвечает на вопросы студентов, которые возникают у них в процессе самостоятельной работы.

В процессе обучения используются следующие технологии электронного обучения и дистанционные образовательные технологии:

**Электронный учебный курс «Цифровые коммуникации» в LMS Электронный университет Moodle ЯрГУ**, в котором:

- представлены задания для самостоятельной работы обучающихся по темам дисциплины;
- осуществляется проведение отдельных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов;
- представлены тексты лекций по отдельным темам дисциплины;
- представлены правила прохождения промежуточной аттестации по дисциплине;
- представлен список учебной литературы, рекомендуемой для освоения дисциплины;
- представлена информация о форме и времени проведения консультаций по дисциплине в режиме онлайн;
- посредством форума осуществляется синхронное и (или) асинхронное взаимодействие между обучающимися и преподавателем в рамках изучения дисциплины.

## **6. Перечень лицензионного и (или) свободно распространяемого программного обеспечения, используемого при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

При преподавании дисциплины используются операционные системы семейства Microsoft Windows не ниже версии 7, офисный пакет семейства Microsoft Office, кроссплатформенный свободно распространяемый офисный пакет LibreOffice.

В процессе осуществления образовательного процесса используются:

- для формирования текстов материалов для промежуточной и текущей аттестации – программы Microsoft Office;
- для поиска учебной литературы библиотеки ЯрГУ – Автоматизированная библиотечная информационная система "БУКИ-NEXT" (АБИС "Буки-Next").

## **7. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (при необходимости)**

В процессе осуществления образовательного процесса по дисциплине используются:

- автоматизированная библиотечно-информационная система «БУКИ-NEXT» [http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk\\_cat\\_find.php](http://www.lib.uniyar.ac.ru/opac/bk_cat_find.php)
- электронная библиотечная система (ЭБС) издательства «Юрайт» <https://www.urait.ru>

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (при необходимости), рекомендуемых для освоения дисциплины**

### **а) основная литература**

1. Гаврилов, М. В. Информатика и информационные технологии : учебник для вузов / М. В. Гаврилов, В. А. Климов. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2024. - 355 с. - (Высшее образование). - Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/535560>.

### **б) дополнительная литература**

1. Информатика. Базовый курс: рек. Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве учебного пособия для студентов высших технических учебных заведений / под ред. С. В. Симоновича. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2010. – 639 с.
2. Информатика: учебник для вузов / ред. Н.В. Макарова; М-во образования РФ. – 3-е изд., перераб. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 767 с.
3. Информатика. Базовый курс: для бакалавров и специалистов: учеб. пособие для вузов / под ред. С.В. Симоновича; М-во образования и науки РФ. – 3-е изд. – СПб.: Питер, 2012. – 637 с.

## **9. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине включает в свой состав специальные помещения:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, практических занятий (семинаров); групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы;
- помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования.

Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Число посадочных мест в лекционной аудитории больше либо равно списочному составу потока, а в аудитории для практических занятий (семинаров) – списочному составу группы обучающихся.

Автор:

Доцент кафедры компьютерных сетей, к.ф.-м.н.

А.О. Толбей

**Приложение № 1 к рабочей программе дисциплины  
«Цифровые коммуникации»**

**Фонд оценочных средств  
для проведения текущего контроля успеваемости  
и промежуточной аттестации студентов  
по дисциплине**

**1. Типовые контрольные задания и иные материалы,  
используемые в процессе текущего контроля успеваемости  
(проверка сформированности ОПК-6, индикаторы ИД-ОПК-6.1, ИД-ОПК-6.2.)**

**Содержание практических занятий:**

**Задания по теме № 3. Основы работы в текстовом процессоре Microsoft Word.**

Тема практической работы: «Создание текста и оформление буклета»

**Цель:** Научиться создавать буклет, применив основные правила создания текста.

**Задание:** Создать текст к буклету, оформить буклет, применив правила оформления буклетов.

**Форма отчёта:** Оформленный буклет.

**Рекомендации:**

1. Выбрать вид рекламируемого продукта.
2. Собрать информацию по выбранному продукту.
3. Составить текст.

Постарайтесь не делать в вашем тексте никаких ошибок и опечаток. Перед тем как сделать окончательный вариант, внимательно прочитайте текст. Расположить текст согласно правилам оформления буклетов.

Тема практической работы: «Создание текста и оформление листовки»

**Задание:**

Создать текст к листовке, оформить листовку, применив правила оформления листовки.

**Форма отчёта:** оформленная листовка.

**Рекомендации:**

1. Выбрать вид рекламируемого продукта
2. Собрать информацию по выбранному продукту
3. Составить текст.

Постарайтесь не делать в вашем тексте никаких ошибок и опечаток. Перед тем как сделать окончательный вариант, внимательно прочитайте текст.

4. Расположить текст согласно правилам оформления листовки.

Тема практической работы: «Художественное оформление печатной рекламы»

**Задание:**

1. Создать художественное оформление печатной рекламы.
2. Выступить публично с демонстрацией рекламного продукта.

**Форма отчёта:** Созданный рекламный продукт.

**Рекомендации:**



1. Выбрать вид рекламируемого продукта.
2. Собрать информацию по выбранному продукту.
3. Составить текст. Постарайтесь не делать в вашем тексте никаких ошибок и опечаток. Перед тем как сделать окончательный вариант, внимательно прочитайте текст.
4. Подобрать иллюстрации к рекламируемому продукту.

Задания по теме № 5. Поиск информации в Web.

## Поисковые машины отслеживают поисковые запросы пользователей!

- Статистика от Яндекса:  
[wordstat.yandex.ru](http://wordstat.yandex.ru)
- Статистика от Google:  
[trends.google.com](http://trends.google.com)
- Поисковик без отслеживания:  
[duckduckgo.com](http://duckduckgo.com)

### 1. Частотность запросов в Яндексе

<https://wordstat.yandex.ru/>

### 2. Статистика от Google

<https://trends.google.com/trends/?geo=RU>

## Что можно узнать из статистики поисковых запросов?

- Тренды
- Похожие запросы
- Ключевые слова для  
рекламы, оптимизации сайта  
и электронных PR-текстов

## Отличие электронных PR-текстов от традиционных

- Гипертекстовые ссылки
- Видео из YouTube
- Ключевые слова (тэги)
- Закладки в социальные сервисы
- Фотографии (галереи)

Практическая работа "Сравнительная характеристика поисковых сервисов"

Познакомиться с поисковиком <https://duckduckgo.com/>

Дать сравнительную характеристику DuckDuckGo с любым знакомым поисковым сервисом.

### Задания по теме № 6. Как работает реклама?

Практическая работа "Интернет-реклама"

- Сделать объявление в Yandex Direct или в VK
- создать аккаунт
- в рекламном кабинете разработать рекламное объявление
- Сделать скриншоты (как выглядит рекламное объявление, подробно все настройки, итоговый модуль). Для этого познакомиться с интерфейсом (возможностями/настройками), инструкциями (в VK смотреть Академию, там есть соответствующее видео; в Yandex Direct соответствующие подсказки)

### Задания по теме № 7. Разработка и создание контента для корпоративных и промо-сайтов.

Провести классификацию веб-сайтов по основным целям, дать краткое описание каждого вида.

#### Цели веб-сайтов

Цель	Краткое описание
Имиджевая	Создание представления об организации как успешной и динамично развивающейся компании
Информационная	Информирование целевых аудиторий о деятельности организации, ее руководстве, истории и целях
Маркетинговая	Обеспечение постоянного сбыта продукции или услуг
Рекламная	Рекламирование товара и услуг
Медиарилейшнз	Создание устойчивых и взаимовыгодных отношений с средствами массовой информации
Обратная связь	Получение постоянных сигналов обратной связи с целью повышения эффективности деятельности организации

## **Задания по теме № 8. Основы работы со средствами создания электронных презентаций.**

Тема практической работы: «Создание презентации»

**Цель:** Научиться создавать презентации

**Задание:**

1. Создать презентацию
2. Выступить публично с готовой презентацией.

**Форма отчёта:** Созданная презентация

**Рекомендации:**

1. Выбрать вид рекламируемого продукта
2. Собрать информацию по выбранному продукту
3. Составить текст. Постарайтесь не делать в вашем тексте никаких ошибок и опечаток. Перед тем как сделать окончательный вариант, внимательно прочитайте текст.

Создание презентации состоит из трех этапов: планирование, разработка и репетиция презентации.

При создании презентации необходимо учитывать:

- Слушатели перегружены информацией еще до презентации.
- У слушателей обычно короткая память.
- Публично проводить презентацию - это не то же самое, что выступать публично.

Каждая презентация должна быть запоминающейся, привлекать внимание, призывать к действию, быть значимой.

## **Задания по теме № 9. Краудфандинг и краудсорсинг: что это такое?**

Ответить на вопросы (письменно):

1. Познакомиться с материалом Википедии о Газпроме. Какие основные разделы о компании представлены?
2. Зачем компании нужна страничка в Wiki?
3. Существуют ли иные Wiki-проекты? Дать развернутый ответ. Нет (почему?)/ Да (какие? для чего?)
4. Познакомиться с площадками для сбора средств planeta.ru и www.kickstarter.com. Какая платформа выглядит наиболее привлекательной? Ответ обоснуйте.
5. Все ли проекты могут попасть на данные краудфандинговые платформы (planeta.ru, www.kickstarter.com)? Почему?
6. Почему практически не осталось корпоративных блогов?

## **Задания по теме № 10. Вирусные технологии в рекламе и связях с общественностью**

Практическая работа "Вирусные технологии в РСО"

**I. Дайте трактовку популярному интернет-мему.**

1. Когда он появился?
2. Что означает?
3. На какую целевую аудиторию был рассчитан?
4. С чем связано его вирусное распространение?
5. Какие трактовки приобрел в последствии?
6. Какое воздействие оказал на интернет-пользователей?

**II. Посмотрите интернет-мем (медиа файл) - ролик с выступлением Эдуарда Хиля, известный под названием «Мистер Трололо».**

1. Когда был записан ролик?
2. Когда получил вирусное распространение и чем оно было вызвано?
3. Какое количество просмотров набрал?
4. Примером какого риска вирусного маркетинга является данное видео? Ответ обоснуйте.

### **Критерии оценивания**

Критерии	Оценка
Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены. Если задание включает ряд частных задач, то процент правильных решений составляет 95% и выше. Задание выполнено своевременно.	Отлично
Все требования, предъявляемые к заданию, выполнены. Если задание включает ряд частных задач, то процент правильных решений составляет 85% и выше. Задание выполнено своевременно.	Хорошо
Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены. Если задание включает ряд частных задач, то процент правильных решений составляет 50% и выше. Задание выполнено своевременно.	Удовлетворительно
Многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены. Если задание включает ряд частных задач, то процент правильных решений составляет менее 50%.	Неудовлетворительно

### **Тест для самопроверки по результатам освоения дисциплины**

#### **Проверка сформированности компетенции ОПК-6**

#### **Задание 1. Для того чтобы подключить домашний компьютер к сети Интернет, надо:**

- 1) установить локальную сеть
- 2) воспользоваться услугами интернет-провайдера
- 3) подключить модем
- 4) вступить в Сообщество Интернета

#### **Задание 2. Пример IP-адреса:**

- 1) 168.32.14.17
- 2) 168.32.14
- 3) 168.32.14
- 4) 32.14

#### **Задание 3. Имя домена третьего уровня:**

- 1) .edu
- 2) Digital.edu
- 3) Home.edu.com
- 4) Microsoft.ru

#### **Задание 4. Специальная программа для просмотра файлов в Интернете -**

1. Диспетчер поиска.
2. Сайт.
3. Браузер.
4. Поисковая система.

### **Задание 5. СУБД –**

- 1) специальные программы для создания и обработки базы данных;
- 2) специальные устройства для создания и обработки базы данных;
- 3) набор данных, относящихся к определенной предметной области.

### **Задание 6. Microsoft Excel - это**

1. Графический редактор.
2. Текстовый процессор.
3. Операционная система.
4. Табличный процессор.
5. Клавиша на клавиатуре.

### **Задание 7. Какая из формул содержит абсолютную ссылку**

1. F45/\$H\$12
2. G\$4 + J6
3. R74\*E63

### **Задание 8. В последовательные ячейки столбца таблицы Excel введены названия дней недели: «понедельник», «вторник», «среда». Активна последняя ячейка. списка. Мышь указывает на правый нижний угол ячейки списка, при этом ниже правого угла ячейке виден знак «Плюс». Что произойдет, если «протянуть» мышь на пару ячеек вниз?**

1. Две следующие ячейки заполнятся текстом: «среда».
2. Две следующие ячейки будут отформатированы так же, как последняя ячейка списка, а их содержимое останется пустым.
3. Выполнится копирование содержимого активной ячейки.
4. Две следующие ячейки столбца заполнятся продолжением списка дне недели: «четверг», «пятница».
5. Будет выделен столбец.
6. Будут выделены три ячейки столбца: активная и две следующие за ней.

### **Задание 9. Содержимое ячейки: #####. В чем причина?**

1. Содержимое ячейки не соответствует ее формату.
2. Введенное или рассчитанное по формуле число не поместилось полностью в ячейку. Нужно либо расширить столбец, либо уменьшить шрифт, либо применить формат «вписать».
3. Расчет формулы в ячейке дал деление на ноль.
4. Текст не поместился в ячейку.
5. Формула содержит ошибку.

### **Задание 10. Какой результат отобразится в ячейке C4 при копировании в нее формулы Excel =A2\*B\$1 из ячейки B2?**

	A	B	C	D
1	1	2	3	
2	2	4	12	
3	3	6	18	
4	4	8		
5				

1. 12
2. 24
3. 144
4. 8

#### **Задание 11. PowerPoint - это ...**

1. Анимация, предназначенная для подготовки презентаций и слайд-фильмов.
2. Программа, предназначенная для подготовки презентаций и слайд-фильмов.
3. Программа, предназначенная для редактирования текстов и рисунков

#### **Задание 12. Элементы интерфейса PowerPoint**

1. слово, абзац, строка;
2. экран монитора;
3. заголовок, меню, строка состояния, область задач и т.д.

#### **Задание 13. Слайд - это ...**

1. основной элемент презентации;
2. строчка презентации;
3. абзац презентации.

#### **Задание 14. Укажите расширение файла, содержащего обычную презентацию Microsoft PowerPoint**

1. .doc
2. .pptx
3. .xls

#### **Правильные ответы**

Вопрос №	Вариант ответа		Вопрос №	Вариант ответа		Вопрос №	Вариант ответа
<b>1</b>	2		<b>7</b>	1		<b>13</b>	1
<b>2</b>	1		<b>8</b>	4		<b>14</b>	2
<b>3</b>	3		<b>9</b>	2			
<b>4</b>	3		<b>10</b>	2			
<b>5</b>	1		<b>11</b>	2			
<b>6</b>	4		<b>12</b>	3			

Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл.

Набранное количество баллов от 12-14 соответствует формированию проверяемой компетенции на высоком уровне, 9-11 баллов – на продвинутом уровне, 5-8 баллов – на пороговом уровне, менее 5 баллов – ниже порогового уровня (умения и навыки на данном этапе освоения дисциплины не сформированы).

## **2. Список вопросов и (или) заданий для проведения промежуточной аттестации**

### **Список заданий к зачету**

На зачете проверяется сформированность компетенции ОПК-6. Зачет выставляется по результатам тестовой работы (индикатор ИД-ОПК-6.1.) при условии набора по итогам ее выполнения студентом с первой попытки не менее 40 баллов и выполнения всех практических работ в течение семестра (индикатор ИД-ОПК-6.2.).

Правила выставления оценки по результатам тестовой работы:

Оценка по результатам тестовой работы определяется в баллах по следующему принципу: правильно выполненное задание оценивается в максимальное количество баллов, указанное по данному заданию в варианте.

Каждое из заданий может быть оценено половиной заявленных по нему баллов, в случае, когда при его выполнении допускается несколько вариантов ответа и студент указал лишь часть из них.

Полностью неправильно выполненное задание - 0 баллов.

Примерные вопросы теста:

Поисковые роботы - это ... (введите ответ с маленькой буквы одним словом)

www.pepsi.com

Что является доменом верхнего уровня в этом адресе?

Выберите один ответ:

- ☐ 1. www.pepsi
- ☐ 2. pepsi.com
- ☐ 3. com
- ☐ 4. www
- ☐ 5. www.pepsi.com

Выберите важнейшие характеристики корпоративных сайтов:

Выберите один или несколько ответов:

- ☐ 1. Банк знаний
- ☐ 2. Контролируется СМИ
- ☐ 3. Глобальный охват
- ☐ 4. Списки данных
- ☐ 5. Управление знаниями
- ☐ 6. Круглосуточный охват
- ☐ 7. Внешние аудитории
- ☐ 8. Оперативность
- ☐ 9. Заинтересованность посетителей
- ☐ 10. Внутренние аудитории
- ☐ 11. Онлайн архив

Какой протокол является базовым протоколом Интернета?

Выберите один ответ:

- ☐ 1. DNS
- ☐ 2. TCP/IP
- ☐ 3. FTP
- ☐ 4. URL



Ролик с выступлением Эдуарда Хила, известный под названием «Мистер Трололо», в марте 2010 года набрал 5 млн. просмотров на YouTube. В общей сумме ролики с Mr. Trololo набрали более 100 млн. просмотров.

Примером какого риска вирусного маркетинга является данное видео?

Выберите один ответ:

- ☐ 1. Слабая идентификация
- ☐ 2. Отсутствие маркетингового эффекта
- ☐ 3. Этические проблемы
- ☐ 4. Сарафанное радио

Гипертекст – это:

Выберите один ответ:

- ☐ 1. текст, набранный на компьютере
- ☐ 2. очень большой текст
- ☐ 3. текст, в котором используется специальный шрифт
- ☐ 4. текст, в котором могут осуществляться переходы по выделенным ссылкам

Электронная почта позволяет передавать:

Выберите один ответ:

- ☐ 1. сообщения и приложенные файлы
- ☐ 2. видеоизображения
- ☐ 3. только сообщения
- ☐ 4. только файлы

1. По какому признаку классифицируется данная реклама?

- товарная
- имиджевая
- тизерная
- нативная

2. По какому признаку классифицируется данная реклама?

- медийная
- контекстная
- профильная
- повседневная

3. По какому признаку классифицируется данная реклама?

- формирующая спрос
- стимулирующая сбыт
- способствующую позиционированию товара, предприятия

по цели

Выберите... ▾

по жанрам

Выберите... ▾

по методу показа

Выберите... ▾

На каком языке записываются Web-страницы?

Выберите один ответ:

- ☐ 1. C++
- ☐ 2. Visual Basic
- ☐ 3. HTML
- ☐ 4. C#
- ☐ 5. Pascal

Назовите одну из популярных площадок для сбора средств/  
краудфандинговых платформ

Ответ:

Как называются программы, позволяющие просматривать Web-страницы:

Выберите один ответ:

- ☐ 1. Браузеры
- ☐ 2. Операционные системы
- ☐ 3. Адаптеры
- ☐ 4. Трансляторы
- ☐ 5. Мониторы

Сопоставьте каждому препятствию, встречающемуся в работе SMM специалистов, пути выхода из него.

Привлеченные пользователи не соответствуют портрету целевой аудитории.

В группу вступает меньше запланированного количества пользователей.

Стоимость привлеченного пользователя является выше допустимой.

Выберите...

Выберите...

Оптимизировать рекламную кампанию.

Пересмотреть параметры таргетинга.

Перепозиционирование

Выберите...

Выберите...

К инструментам SMM относятся:

Выберите один или несколько ответов:

- ☐ 1. Работа с мнениями толпы
- ☐ 2. Создание официальных сообществ
- ☐ 3. Прямой контакт с потребителями через социальные медиа
- ☐ 4. Работа с лидерами мнений
- ☐ 5. Работа со слухами
- ☐ 6. Цифровой PR

Ниже приведены характеристики социальных медиа:

- 1) Доступность
- 2) Актуальность
- 3) Постоянность
- 4) Социальность

Выберите один ответ:

- ☐ Верно
- ☐ Неверно

Сопоставьте описание и группу, к которой относится данное свойство социальных медиа:

Спам

Выберите...

Социальное  
одобрение

Выберите...

Социальная дисфункция

Социальная функция

Персонализация

Не относится ни к функции, ни к дисфункции

Тренды

Выберите...

Уязвимость  
данных

Выберите...

Зависимость

Выберите...

Пользовательский  
контент

Выберите...

Публичные  
комментарии

Выберите...

Троллинг

Выберите...

Распространение  
информации

Выберите...

Боты

Выберите...

Реклама - это любая, оплаченная конкретным лицом, форма коммуникации для привлечения внимания к объекту.

Выберите один ответ:

- ☐ Верно
- ☐ Неверно

В чем основное преимущество интернет-рекламы (в отличие от телевизионной рекламы)? (единственное число, именительный падеж)

Ответ:

Провайдер интернета – это:

Выберите один ответ:

- ☐ 1. Техническое устройство.
- ☐ 2. Организация – поставщик услуг интернета.
- ☐ 3. Средство просмотра Web-страниц.
- ☐ 4. Антивирусная программа.

webmaster@gazprom.ru

Что в этом адресе электронной почты означает имя сервера?

Выберите один ответ:

- ☐ 1. webmaster
- ☐ 2. gazprom.ru
- ☐ 3. webmaster@
- ☐ 4. @gazprom.ru
- ☐ 5. webmaster@gazprom.ru
- ☐ 6. gazprom

Дайте расшифровку методам оплаты и оценке эффективности интернет-рекламы:

Закончить попытку...

Начать новый просмотр

CPT	Выберите...
CTR	Выберите...
CPC	кликабельность рекламного объявления/соотношение показов и кликов
FFA	цена за 1 клик
CPV	цена за одного посетителя
CPS	фиксированная цена за размещение объявления
	цена за 1000 показов
	цена за покупателя (за то, что произошло некоторое действие: покупка, заполнение анкеты и т.п.)
	Выберите...

Развитие цифрового общества прошло следующие этапы:

Выберите один или несколько ответов:

- ☐ 1. Письменная цивилизация
- ☐ 2. Сетевое общество
- ☐ 3. Печатная культура
- ☐ 4. Цифровой взрыв
- ☐ 5. Дописьменная цивилизация
- ☐ 6. Электронное общество

Выберите подходящие характеристики "умной толпы"

Выберите один или несколько ответов:

- ☐ 1. толпа заряжается смыслами
- ☐ 2. толпа заряжается эмоциями
- ☐ 3. средний IQ членов толпы выше, чем у толпы в целом
- ☐ 4. толпу ведут за собой лидеры, которым толпа подчиняется

Услуга по размещению и хранению файлов клиента на сервере организации, предоставляющей подобную услугу - это ...

Выберите один ответ:

- ☐ 1. WEB-сайт
- ☐ 2. Провайдер
- ☐ 3. Социальные сети
- ☐ 4. Хостинг

## **Приложение № 2 к рабочей программе дисциплины «Цифровые коммуникации»**

### **Методические указания для студентов по освоению дисциплины**

Основной формой изложения учебного материала по дисциплине «Цифровые коммуникации» являются лекции. По большинству тем предусмотрены практические занятия, на которых происходит закрепление лекционного материала путем применения его к конкретным задачам.

При изучении дисциплины необходимо обратить внимание на то, что написание конспекта лекций следует производить кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий осуществляется с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться

найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям: информация, информационные технологии, эволюция ИТ, классификация ИТ, средства и методы ИТ, поколения ЭВМ, архитектура ЭВМ, внешние и внутренние устройства ПК, компьютерная сеть, программное обеспечение, операционная система, прикладное программное обеспечение в сфере рекламы и PR и др.

При выполнении и защите лабораторных работ следует руководствоваться учебно-методическими указаниями преподавателя и рекомендованными практикумами, которые отражают технологическую составляющую дисциплины. Они помогут получить навыки работы на персональном компьютере в программных продуктах, изучение которых предусмотрено программой. Практикумы можно использовать как самоучители, с помощью которых можно самостоятельно освоить базовые компьютерные технологии.

Изучение практикумов принесет максимальную пользу, если учащиеся будут читать его, одновременно выполняя предлагаемые в книгах задания. Благодаря такой методике начинают действовать средства самоконтроля: инструментарий программной среды осваивается не просто в процессе чтения, а в ходе решения практических задач.

Рекомендуется сначала выполнить простые задания для освоения базовой (типовой) технологии. По мере освоения программной среды ставятся все более сложные задачи, при решении которых будут активизироваться знания дополнительных возможностей данной среды. Итак, переходя от простых заданий к более сложным, будет освоена большая часть технологических операций в конкретной программной среде и достигнут достаточно высокий профессиональный уровень. При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты, рекомендуемую литературу и др.