Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 28.05.2026 15:52:52
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Факультет Экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ

Декан

_____ /А.В. Назаренко/

«26» февраля 2026

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Информационные технологии медиаанализа»

Направление подготовки

42.03.01«Реклама и связи с общественностью»

Профиль

«Интегрированные бренд-коммуникации»

Квалификация
Бакалавр

Формы обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2026 г.

Разработчик(и):

Доцент, канд. филол. наук  /С.Н. Миронов/

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»,
к.э.н., доцент  /Ю.О. Алтунина/

Содержание

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы 4
3. Структура и содержание дисциплины 5
3.1. Виды учебной работы и трудоемкость 5
3.2. Тематический план изучения дисциплины 6
3.3. Содержание дисциплины 8
3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий 10
3.5. Тематика курсовых проектов (курсовых работ) 10
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение 10
4.1. Нормативные документы и ГОСТы 10
4.2. Основная литература 11
4.3. Дополнительная литература 11
4.4. Электронные образовательные ресурсы 13
4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 13
4.6. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 13
5. Материально-техническое обеспечение 13
6. Методические рекомендации 13
6.1. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения 13
6.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 15
7. Фонд оценочных средств 17
7.1. Методы контроля и оценивания результатов обучения 17
7.2. Шкала и критерии оценивания результатов обучения 18
7.3. Оценочные средства 19

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью дисциплины является изучение студентами основных аспектов информационных технологий медиаанализа, позволяющих грамотно ориентироваться в вопросах сбора, обработки, интерпретации внутренней и внешней информации организаций, применения соответствующих алгоритмов подготовки данных к распространению или хранению в соответствии с техническими возможностями и программным обеспечением.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть основные законы и требования к информации, информационные технологии и алгоритмы сбора, обработки и представления данных медиаанализа, особенности информационно-коммуникационных технологий на предприятиях;
- исследовать характеристики и особенности представления и восприятия текстовой, графической и мультимедийной информации;
- сформировать критическое мышление, понимание объективности и определенности при оценке информационных ресурсов и постановке технических задач для коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;
- адаптировать практические навыки работы с компьютерным оборудованием и основными инструментами программного обеспечения к профессиональным задачам сбора, обработки, хранения данных с учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

Обучение по дисциплине «Информационные технологии медиаанализа» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	**Индикаторы достижения компетенции**
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИУК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ИУК-1.2. Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИУК-1.3. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их достоинства и недостатки
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИУК-2.1.Формулирует совокупность задач в рамках поставленной цели проекта, решение которых обеспечивает ее достижение ИУК-2.2. Определяет связи между поставленными задачами, основными компонентами проекта и ожидаемыми результатами его реализации
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Разрабатывает и эффективно применяет коммуникационные кампании, проекты и мероприятия

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина Б1.2.2.2 «Информационные технологии медиаанализа» относится к части, формируемой участниками образовательного процесса цикла Б.1 «Дисциплины (модули)».

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

- Основы медиалогии.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин:

- Основы связей с общественностью;
- Психология массовых коммуникаций;
- Основы медиаисследований;
- Базы данных в цифровых медиа;
- Офисный редактор в цифровой среде;
- Основы кодирования и программирования в интернет-маркетинге;
- Медиапланирование.

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			1	2
1	**Аудиторные занятия**	**86**	32	54
	В том числе:			
1.1	Лекции	30	12	18
1.2	Семинарские/практические занятия	56	20	36
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**130**	76	54
	В том числе:			
2.1	Подготовка к семинарским/практическим занятиям	65	38	27
2.2	Подготовка к тестированию	65	38	27
3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачет/диф.зачет/экзамен		экз	экз
	Итого	**216**	108	108

3.1.2. Очно-заочная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			1	2
1	**Аудиторные занятия**	**64**	28	36
	В том числе:			
1.1	Лекции	26	14	12
1.2	Семинарские/практические занятия	38	14	24
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**152**	80	72
	В том числе:			

2.1	Подготовка к семинарским/практическим занятиям	76	40	36
2.2	Подготовка к тестированию	76	40	36
3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачет/диф.зачет/экзамен		Экз	Экз
	Итого	**216**	108	108

3.1.3. Заочная форма обучения

п/п	**Вид учебной работы**	**Количество часов**	**Семестры**	
			2	**3**
1	**Аудиторные занятия**	**18**	10	8
	В том числе:			
1.1	Лекции	4	2	2
1.2	Семинарские/практические занятия	10	8	6
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**198**	98	100
	В том числе:			
2.1	Подготовка к семинарским/практическим занятиям	100	50	50
2.2	Подготовка к тестированию	98	48	50
3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачет/диф.зачет/экзамен		Экз	Экз
	Итого	**216**	108	108

3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

№ п/п	**Разделы/темы дисциплины**	**Трудоемкость, час**					
		Всего	**Аудиторная работа**				**Самостоятельная работа**
			Лекции	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Информация и информационные ресурсы	20	2	6			12
2	Информационные технологии в развитии средств массовой информации	16	2	2			12
3	Характеристики текстовой, графической и мультимедийной информации	20	4	4			12

4	Основы медиаанализа текстово-графической информации	24	4	8			12
5	Дезинформация в современных медиа	20	4	4			12
6	Информационный рынок и информационные потоки предприятия	18	4	4			10
7	Информационные технологии в процессах, процедурах и операциях на предприятиях	18	2	4			12
8	Исследование медиаполя компаний, брендов, продуктов и персон	24	2	10			12
9	Технологии сбора и систематизации данных	20	2	6			12
10	Большие данные	18	2	4			12
11	Алгоритмы анализа и визуализации данных	18	2	4			12
	Итого	**216**	**30**	**56**			**130**

3.2.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	**Разделы/темы дисциплины**	**Трудоемкость, час**					
		Всего	**Аудиторная работа**				**Самостоятельная работа**
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Информация и информационные ресурсы	20	2	4			14
2	Информационные технологии в развитии средств массовой информации	16	2	-			14
3	Характеристики текстовой, графической и мультимедийной информации	20	2	4			14
4	Основы медиаанализа текстово-графической информации	22	4	4			14
5	Дезинформация в современных медиа	20	4	2			14
6	Информационный рынок и информационные потоки предприятия	20	2	4			12
7	Информационные технологии в процессах, процедурах и операциях на предприятиях	20	2	4			14

8	Исследование медиаполя компаний, брендов, продуктов и персон	20	2	4			14
9	Технологии сбора и систематизации данных	20	2	4			14
10	Большие данные	20	2	4			14
11	Алгоритмы анализа и визуализации данных	20	2	4			14
	Итого	**216**	**26**	**38**			**152**

3.2.2. Заочная форма обучения

№ п/п	**Разделы/темы дисциплины**	**Трудоемкость, час**					
		Всего	**Аудиторная работа**				**Самостоятельная работа**
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Информация и информационные ресурсы	20	2	4			18
2	Информационные технологии в развитии средств массовой информации	20					20
3	Характеристики текстовой, графической и мультимедийной информации	18					18
4	Основы медиаанализа текстово-графической информации	22		4			18
5	Дезинформация в современных медиа	18					18
6	Информационный рынок и информационные потоки предприятия	18					18
7	Информационные технологии в процессах, процедурах и операциях на предприятиях	18					18
8	Исследование медиаполя компаний, брендов, продуктов и персон	24		6			18
9	Технологии сбора и систематизации данных	18					18
10	Большие данные	20	2				18
11	Алгоритмы анализа и визуализации данных	20					20
	Итого	**216**	**4**	**18**			**202**

3.3 Содержание дисциплины

1. Информация и информационные ресурсы

Введение в курс информационных технологий медиааанализа. Понятие информации. Виды информации. Информация и данные. Цели получения информации. Качественные законы информации. Основные требования к информации на предприятии. Понятие и классификации информационных ресурсов. Характеристики информационных ресурсов. Восприятие информационных ресурсов и информационное воздействие на аналитика.

2. Информационные технологии в развитии средств массовой информации

Понятие медиа и медиаиндустрии. Влияние технологий на развитие медиа и медиаиндустрии. Развитие медиапродуктов. Понятие контента. Изменение способов передачи контента. Современная структура медиапотребления.

3. Характеристики текстовой, графической и мультимедийной информации

Накопители информации. Создание и сохранение текстовой информации. Инструменты форматирования в текстовых и табличных редакторах. Информационные технологии для автоматизации форматирования текста. Понятие компьютерной графики. Виды компьютерной графики. Характеристики изображений. Цветовой охват и цветовые модели. Оценка цифровых изображений. Понятие аудио. Характеристики аудиоинформации. Характеристики видеоинформации. Медиаконтейнеры и их форматы. Оценка аудио и мультимедиа.

4. Основы медиааанализа текстово-графической информации

Понятие медиааанализа. Текст и его признаки. Физиологическое восприятие текстово-графической информации. Уровни понимания. Повторяющийся контент: восприятие и память. Влияние форматирования на визуальное восприятие контента в цифровой среде. Паттерны восприятия контента в цифровой среде. Значения и смыслы слов и предложений. Контекст и многозначность. Виды многозначных предложений. Психологические механизмы, помогающие и мешающие пониманию текстовой информации. Метрики для анализа текстовой информации.

5. Дезинформация в современных медиа

Понятие дезинформации. Классификация приёмов дезинформирования. Использование современных информационных ресурсов с целью дезинформирования. Современные информационные технологии для создания и распространения дезинформации. Выявление дезинформации на информационных ресурсах.

6. Информационный рынок и информационные потоки предприятия

Понятие информационного рынка. Продукция информационного рынка. Участники информационного рынка. Сегменты информационного рынка. Предприятие как информационный центр. Входящие/внешние информационные потоки предприятия. Исходящие информационные потоки предприятия. Внутренние информационные потоки предприятия. Фильтрация информационных потоков на предприятии. Понятие и виды документов на предприятии. Государственные стандарты на документы. Требования к оформлению реквизитов документов. Информационные ресурсы по получению документации. Программные средства обработки документов.

7. Информационные технологии в процессах, процедурах и операциях на предприятиях

Понятие процесса, процедуры и операции. Сущность алгоритмов. Приемы для получения алгоритмов. Этапы работы с информацией в современной организации. Зависимость информационной системы от структуры предприятия. Средства и методы информационных технологий. Классификации операций и процедур.

8. Исследование медиаполя компаний, брендов, продуктов и персон

Мониторинг медиа и его профессиональные цели и задачи мониторинга. Особенности анализа информационного поля объекта. Анализ источников при проведении медиааанализа. Программы и сервисы мониторинга информационного пространства. Цепочка работы с информацией для медиааналитика.

9. Технологии сбора и систематизации данных

Сущность процесса сбора данных в медиаанализе. Подбор источников. Ключевые слова и кластеризация. Парсинг. Первичная обработка информации. Эмпирические, логические и эвристические методы анализа при структурировании данных. Простые приемы систематизации информации.

10. Большие данные

Понятие Big data (большие данные). Источники больших данных. Идентификация в цифровой среде. CRM-системы. Data Management Platform. Customer Data Platform. Data Intelligence Platform. Применение аналитики и технологий обработки больших данных в маркетинге и рекламе. Написание промтов.

11. Алгоритмы анализа и визуализации данных

Простые методы обработки данных. Причинно-следственный анализ. Гипотетический метод. Экстраполяция данных из прошлого при построении прогнозов. Методы Data Science. Выбор и типы переменных. Выбор алгоритма анализа данных. Инструменты визуализации данных. Представление данных в таблицах, диаграммах и графиках. Психология визуального восприятия данных. Сторителлинг при представлении данных.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

1. Практическое задание по темам «Информация и информационные ресурсы» и «Информационные технологии в развитии средств массовой информации».
2. Практическое задание по теме «Характеристики текстовой, графической и мультимедийной информации».
3. Практическое задание по теме «Основы медиаанализа текстово-графической информации».
4. Практическое задание по теме «Дезинформация в современных медиа»
5. Практическое задание по теме «Информационный рынок и информационные потоки предприятия»
6. Практическое задание по теме «Информационные технологии в процессах, процедурах и операциях на предприятиях»
7. Практическое задание по теме «Исследование медиаполя компаний, брендов, продуктов и персон» №1
8. Практическое задание по теме «Исследование медиаполя компаний, брендов, продуктов и персон» №2
9. Практическое задание по теме «Технологии сбора и систематизации данных»
10. Практическое задание по теме «Большие данные»
11. Практическое задание по теме «Алгоритмы анализа и визуализации данных»

3.4.2. Лабораторные занятия

Не предусмотрены.

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. О рекламе : Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ.
2. О персональных данных : Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ

3. ГОСТ Р 7.0.97-2016. Национальный стандарт Российской Федерации. Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Организационно-распорядительная документация. Требования к оформлению документов.

4. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (с изменениями и дополнениями). Утвержден Приказом Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2017 г. N 512.

4.2 Основная литература

1. Информационные технологии в экономике и управлении : учебник для вузов / ответственный редактор В. В. Трофимов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 556 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18678-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/568903 (дата обращения: 03.06.2025).

2. Плахотникова, М. А. Информационные технологии в менеджменте : учебник и практикум для вузов / М. А. Плахотникова, Ю. В. Вертакова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 326 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07333-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/559799 (дата обращения: 03.06.2025).

3. Кожевникова, Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге : учебник для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 444 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07447-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560580 (дата обращения: 03.06.2025).

4.3 Дополнительная литература

1. Полковникова, Н. А. Анализ и визуализация данных в Microsoft Excel в примерах и задачах : практическое пособие / Н. А. Полковникова. — Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2023. — 172 с. — ISBN 978-5-9729-1485-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/133223.html (дата обращения: 02.06.2025).

2. Фомин, В. И. Менеджмент: информационный бизнес : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Фомин. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 243 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11623-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518498 (дата обращения: 02.06.2025).

3. Чумиков, А. Н. Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов / А. Н. Чумиков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 199 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15991-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520599 (дата обращения: 02.06.2025).

4. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518819 (дата обращения: 02.06.2025).

5. Катунин, Г. П. Основы инфокоммуникационных технологий : учебник / Г. П. Катунин. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 797 с. — ISBN 978-5-4486-0335-8. — Текст :

электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/74561.html (дата обращения: 02.06.2025).

6. Гуслякова, А. В. Информационные технологии и лингвистика XXI века : учебное пособие / А. В. Гуслякова. — Москва : Московский педагогический государственный университет, 2016. — 96 с. — ISBN 978-5-4263-0398-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/97726.html (дата обращения: 02.06.2025).

7. Пономарева, Т. Н. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебное пособие / Т. Н. Пономарева, М. С. Старикова, Т. А. Дубровина. — Белгород : Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2019. — 260 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/106209.html (дата обращения: 02.06.2025).

8. Илякова, И. Е. Конкурентная разведка : учебное пособие для вузов / И. Е. Илякова, С. Э. Майкова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 185 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14708-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/520280 (дата обращения: 02.06.2025).

9. Блюмин, А. М. Мировые информационные ресурсы : учебное пособие для бакалавров / А. М. Блюмин, Н. А. Феоктистов. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 384 с. — ISBN 978-5-394-03598-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/110914.html (дата обращения: 02.06.2025).

10. Горина, Е. В. Коммуникативные технологии манипуляции в СМИ и вопросы информационной безопасности : учебно-методическое пособие / Е. В. Горина ; под редакцией Э. В. Чепкина. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 68 с. — ISBN 978-5-7996-1807-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/66538.html (дата обращения: 02.06.2025).

11. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для вузов / под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 367 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02476-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/560242 (дата обращения: 03.06.2025).

12. Информационные технологии в менеджменте : учебник для вузов / под редакцией Е. В. Майоровой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 303 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20286-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/581367 (дата обращения: 03.06.2025).

13. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/568394 (дата обращения: 05.07.2025).

14. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста : учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12958-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/562468 (дата обращения: 05.07.2025).

15. Муромцев, В. В. Информационные технологии в профессиональной деятельности : учебник и практикум / В. В. Муромцев, А. В. Муромцева. — Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2023. — 383 с. — ISBN 978-5-9729-1299-5. — Текст : электронный // Цифровой

образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/133166.html (дата обращения: 02.06.2025).

4.4 Электронные образовательные ресурсы

1. ЭОР Информационные технологии медиаанализа.

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

1. Microsoft Windows
2. Astra Linux
3. Microsoft Office
4. МойОфис
5. Р7-Офис
6. Яндекс Браузер

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ЭБС «Лань» https://e.lanbook.com
2. Образовательная платформа «Юрайт» https://urait.ru/
3. Научная электронная библиотека http://www.elibrary.ru
4. Российская государственная библиотека http://www.rsl.ru
5. Электронно-библиотечная система IPR SMART https://www.iprbookshop.ru/
6. Яндекс Справка https://yandex.ru/support/search/query-language/

5. Материально-техническое обеспечение

1. Лекционная аудитория, аудитория для групповых и индивидуальных консультаций.
2. Компьютерный класс для проведения практических и семинарских занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации.
3. Аудитория для лиц с ОВЗ.
4. Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работы и курсового проектирования. Библиотека, читальный зал.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

В соответствии с требованиями ФГОС ВО при проведении лекционных и практических занятий, текущей и итоговой аттестации по дисциплине «Информационные технологии медиаанализа» предусмотрено использование современных образовательных технологий, а также активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Информационные технологии медиаанализа» осуществляется по последовательно-параллельной схеме на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках ОПОП и рабочего учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Лекции должны отвечать требованиям содержательности, информативности и иметь достаточный научный потенциал. В лекции важно использовать следующие приемы:

1) от известного к неизвестному;

2) от простого к сложному;

3) от конкретного к абстрактному.

Подробное содержание отдельных разделов дисциплины «Информационные технологии медиаанализа» рассматривается в разделе «Содержание дисциплины» рабочей программы.

Тематика практических занятий по разделам дисциплины и видам занятий отражена в разделе «Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий» рабочей программы. Практические занятия проводятся в формате выполнения практических заданий. В них наилучшим образом воспроизводится реальная профессиональная подготовка и деятельность обучающихся. Это достигается имитацией в образовательном процессе различных, динамично протекающих служебных, производственных и других профессиональных ситуаций, когда необходимо теоретические знания перевести в практическую плоскость.

Методика проведения практических занятий зависит от изучаемой темы, и преподаватель выбирает наиболее удобную форму его проведения. Основная форма проведения практических занятий по дисциплине «Информационные технологии медиаанализа» - индивидуальные и групповые практические задания, выполняемые на компьютере/ноутбуке.

Современный обучающийся должен уметь эффективно применять технологии и инструменты искусственного интеллекта (ИИ) для поиска информации, выбора и применения данных, генерации идей и объектов. При этом обучающемуся следует соблюдать кодекс этики в сфере ИИ и авторское право, критически оценивать полученные результаты, проверять достоверность источников и адаптировать материал под конкретные учебные задачи. Преподаватель помогает сформировать у обучающегося следующие навыки: выбора систем ИИ по назначению и для предметной области, определяемой учебной дисциплиной с учетом жизненного цикла систем ИИ, на основе принципа максимизации пользы человеку; добровольное и добросовестное информирование о применении ИИ, навык маркировки применения ИИ; соблюдения положения законодательства, регулирующего использование ИИ; ответственности через осознание универсальной личной обязанности этического использования систем ИИ, влекущего последствия применения ИИ; поиск лучших практик применения ИИ в предметной области, формируемой учебной дисциплиной, коллаборацией вузов и индустриальными партнерами; понимания набора данных, алгоритмов и методов обработки данных, применяемых для группирования, классификации, типизации и определения факторов; осмысленной работы с искусственным интеллектом, избегая бездумного копирования готовых решений прикладных задач.

Преподаватель должен не допускать конфликты в учебной группе, создавать обстановку сотрудничества и конкуренции одновременно, обеспечивать соблюдение личностных прав обучающихся. При чтении курса лекций и проведении практических занятий необходимо придерживаться определённых принципов:

- многообразия и эффективности дидактического материала;

- партнерства, сотрудничества с обучающимися;

- смещения роли преподавателя с трансляции знаний к организации процесса их добывания;

- впитывания достижений педагогической науки, опыта, накопленного коллегами;

- творчества;

- прагматизма, планирование результатов обучения с точки зрения формирования у студентов навыков анализа и выработки моделей поведения.

Преподаватель во время проведения практических занятий должен отвечать вопросы по заданиям, осуществлять проверку хода их выполнения, комментировать особенности выполнения, акцентировать внимание студентов на тех моментах, которые особенно важны при выполнении.

Перечень основной и дополнительной литературы и нормативных документов, а также электронных ресурсов, необходимых в ходе преподавания дисциплины «Информационные технологии медиаанализа» приведен в разделах «Основная литература» и «Дополнительная литература» настоящей рабочей программы. Предлагаемый в рабочей программе список литературных источников будет полезен не только для обучающихся, но и для преподавателей.

Преподавателю следует ориентировать обучающихся на использование при подготовке к заданиям по дисциплине результатов наиболее поздних исследований в области информационных технологий, медиа, психологии и маркетинга.

Контроль успеваемости обучающихся проводится на основании проверки успешности сдачи текущих заданий. Текущий контроль может дополняться опросами по лекционным материалам на практических занятиях с целью определения степени усвоения учебного материала, своевременного вскрытия недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по совершенствованию методики преподавания дисциплины, организации работы обучающихся в ходе занятий и оказания им индивидуальной помощи.

Экзамен проводится в период экзаменационной сессии, после изучения всех тем дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом и годовым графиком учебного процесса. Оценка за экзамен выставляется на основании всех выполненных работ и итогового тестирования. Формат проведения экзамена зависит от формата проведения экзаменационной сессии. Очный формат может предусматривать дополнительный индивидуальный опрос обучающихся путем собеседования. Обучающемуся может быть предложено выполнить практическое задание из числа практических заданий, которые он не выполнил в течение семестра или выполнил на низкую оценку. В этом случае для подготовки к ответам обучающемуся отводится 45 минут. По окончанию выполнения задания экзаменатор может задавать обучающемуся дополнительные и уточняющие вопросы в пределах учебного материала, вынесенного на экзамен.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Лекционные занятия

.

Лекционные занятия проводятся в соответствии с содержанием настоящей рабочей программы.

Посещение лекционных занятий является обязательным. Пропуск лекционных занятий без уважительных причин и согласования с руководством в объеме более 40 % от общего количества предусмотренных учебным планом на семестр лекций влечет за собой невозможность аттестации по дисциплине «Информационные технологии медиаанализа» по итогам семестра.

Допускается конспектирование лекционного материала письменным и компьютерным способом.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации по практическим заданиям и указаниям на самостоятельную работу. В ходе лекций обучающимся рекомендуется:

- вести конспектирование учебного материала;
- обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению;
- отвечать на вопросы преподавателя и задавать свои уточняющие вопросы с целью правильного понимания теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Для успешного овладения курсом необходимо посещать все лекции, так как именно это позволит полностью усвоить весь материал курса и понять, как выполнять практические задания. В случае пропуска занятия обучающемуся следует переписать лекцию.

Практические занятия

Практическое занятие – это активная форма учебного процесса в вузе. При подготовке к практическим занятиям обучающемуся необходимо повторить материалы лекции, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, учесть рекомендации преподавателя. Практические задания выполняются обучающимися в аудиториях и дома самостоятельно. Ход выполнения любого практического задания и его результаты обучающийся должен уметь представить преподавателю устно на практическом занятии. Обучающийся должен быть готов на практическом занятии ответить на вопросы преподавателя по темам лекции и уточняющие вопросы о выполнении заданий.

Проведение практических занятий по дисциплине «Информационные технологии медиаанализа» осуществляется, главным образом, в формате выполнения на компьютере/ноутбуке индивидуальных и групповых практических заданий. У всех практических заданий есть сроки выполнения. Предоставления результатов выполнения заданий преподавателю с нарушением сроков ведёт к снижению оценки за них. Выдача чужих результатов выполнения задания за свои ведёт к выставлению неудовлетворительной оценки. При использовании для выполнения заданий искусственного интеллекта (ИИ) необходимо соблюдать этику в сфере ИИ, авторское право и законодательство Российской Федерации, критически оценивать полученные результаты, проверять достоверность источников и адаптировать материал под конкретные учебные задачи, не копировать предложенные ИИ готовые решения, выдавая их за свои. Если обучающийся использовал ИИ в ходе выполнения задания, то он обязан указать в задании какая модель/система ИИ применялась, для каких целей, а также представить промт/промты для оценки преподавателем степени самостоятельности выполнения обучающимся задания.

Выполнение всех практических заданий является обязательным. Невыполнение любого из заданий к дате аттестации влечет за собой выставление неудовлетворительной оценки по дисциплине по итогам семестра.

Самостоятельная работа

Важной частью самостоятельной работы является чтение учебной и научной литературы. Основная функция учебников - ориентировать обучающегося в системе знаний, умений и навыков, которые должны быть усвоены по данной дисциплине будущими выпускниками.

Регулярное повторение материала конспектов лекций по каждому разделу и изучение дополнительных материалов по темам лекций дисциплины «Информационные технологии медиаанализа» является одним из важнейших видов самостоятельной работы обучающегося в течение семестра, необходимой для качественной подготовки к итоговой аттестации по дисциплине.

Подготовка к экзамену

Подготовка к экзамену предполагает изучение рекомендуемой литературы и других источников, конспектов лекций, повторение материалов практических занятий.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

7.1.1 Критерии оценки на экзамене

«5» (отлично): Без ошибок и в срок самостоятельно выполнены все задания, предусмотренные рабочей программой. На высокий балл сдан итоговый тест. Обучающийся продемонстрировал в ходе выполнения заданий и теста соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

«4» (хорошо): Все задания, предусмотренные рабочей программой, выполнены самостоятельно на среднем уровне, нарушены сроки выполнения заданий. Итоговый тест сдан на средний или выше среднего балл. Обучающийся продемонстрировал в ходе выполнения заданий и теста частичное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при анализе, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.

«3» (удовлетворительно): Все задания, предусмотренные рабочей программой, выполнены самостоятельно со значительными ошибками и с нарушением сроков. Итоговый тест сдан на низкий или средний балл. Обучающийся продемонстрировал в ходе выполнения заданий и теста неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

«2» (неудовлетворительно): Не выполнены самостоятельно все задания, часть заданий или одно из заданий, предусмотренных рабочей программой. При невыполнении любого из заданий результаты итогового теста не учитываются при выставлении оценки. Обучающийся не смог продемонстрировать в ходе выполнения заданий и теста соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей.

7.1.2 Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях

«5» (отлично): все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, выполнены обучающимся самостоятельно в срок и без ошибок, обучающийся активно работал на практических занятиях.

«4» (хорошо): в большей части выполненных обучающимся самостоятельно практических заданий, предусмотренных практическими занятиями, есть ошибки, обучающийся мог нарушать сроки выполнения практических заданий, но достаточно активно работал на практических занятиях.

«3» (удовлетворительно): все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, выполнены самостоятельно, но со значительными ошибками, обучающийся нарушил сроки выполнения заданий.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся не выполнил, или выполнил полностью неправильно, или выдал чужие результаты выполнения практических заданий, предусмотренные практическими занятиями, за свои.

7.1.3. Критерии оценки тестирования

Тестирование оценивается в соответствии с процентом правильных ответов, данных студентом на вопросы теста.

«5» (отлично): тестируемый демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминами, классификациями и обладает способностью применять теорию для решения практических задач и быстро реагировать на вопросы теста.

«4» (хорошо): тестируемый в целом демонстрирует системные теоретические знания, владеет большинством терминов, классификаций и обладает способностью применять теорию для решения практических задач быстро реагировать на вопросы теста.

«3» (удовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, он владеет некоторыми терминами, классификациями, не умеет применять теорию для решения практических задач и на вопросы теста реагирует достаточно медленно.

«2» (неудовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, терминологией и способностью применять теорию для решения практических задач он не владеет и на вопросы теста реагирует медленно.

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

Стандартная шкала соответствия результатов выставляемой балльной оценке:

- «отлично» - свыше 85% правильных ответов (85 баллов);
- «хорошо» - от 70,1% до 85% правильных ответов (70,1-85 баллов);
- «удовлетворительно» - от 40% до 70% правильных ответов (40-70 баллов);
- от 0 до 40% правильных ответов – «неудовлетворительно» (ниже 40 баллов).

Уровень сформированности компетенции	**Оценка**	**Пояснение**
Высокий	«5» (отлично)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены на высоком уровне; компетенции сформированы
Средний	«4» (хорошо)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями; компетенции в целом сформированы
Удовлетвори-тельный	«3» (удовлетворительно)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены частично, но пробелы не носят существенного характера; большинство предусмотренных программой обучения учебных задач выполнено, но в них имеются ошибки; компетенции сформированы частично
Неудовлетвори-тельный	«2» (неудовлетворительно)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине не освоены; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не приводит к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий; компетенции не сформированы

7.3 Оценочные средства

7.3.1. Текущий и промежуточный контроль (задания)

Пример типового задания к темам

Задание на группировку информационных ресурсов

Создайте группы открытых источников для мониторинга (медиаанализа) внешней деловой информации компании, занимающейся соответствующим коду ОКВЭД видом деятельности. Используйте для организации списка MS Excel или Таблицы в облачном редакторе…

…Учитывайте, что источником информации о внешней среде может быть любой общедоступный информационный ресурс/сайт, включая ресурсы, на которых получение полной версии данных оплачивается.

Таблица должна содержать минимум 10 групп источников.

7.3.2. Текущий и промежуточный контроль (тестирование)

Примеры тестовых вопросов:

1. Какой закон информации гласит, что для адекватного восприятия полученного объектом сообщения последний должен иметь в наличии априорную информацию, достаточную для дешифрования и усвоения полученного сообщения?

а)

б) закон фасцинации

в) закон опосредованного управления

2. К какому из перечисленных источников информации доступ будет закрыт?

а) информация о ценах и объёмах производства.

б) претензии покупателей по поводу качества товара.

в)

3. Что из нижеперечисленного не является сегментом информационного рынка?

а)

б) Рынок телерадиовещания

в) ТЛК-рынок

4. Макрос это:

а)

б) верхняя или нижняя часть документа

в) быстрый набор часто встречающихся слов или фраз

5. Мы сканируем контент на интернет-странице блоками по определенной схеме, которая называется:

а)

б) Z-паттерн

в) Z-модель

6. В чём основное отличие процедуры от операции?

а)

б) процедура может включать в себя несколько операций

в) процедура не может проводиться параллельно операциям

7.3.2. Промежуточная аттестация (экзамен)

Экзаменационная оценка выставляется на основании среднего балла, выведенного на основании: 1) баллов, полученных за выполненные в течение семестра работы; 2) балла, полученного в результате прохождения тестирования.

Возможные варианты дополнительных вопросов для уточнения оценки при очном проведении экзамена представлены ниже:

1. Информация: понятие, классификации и требования.
2. Качественные законы информации. Примеры реализации законов медиасредствами.
3. Информационный рынок: понятие и сегменты.
4. Информационный рынок: участники и продукты.
5. Информационные ресурсы: понятие, характеристики и классификации.
6. Особенности взаимодействия с общедоступными информационными ресурсами.
7. Понятие медиа и медиаресурсов. Специфика работы информационных агентств.
8. Контент и современные способы его передачи.
9. История развитие медиапродуктов.
10. Современная структура медиапотребления.
11. Предприятие как информационный центр. Входящие и исходящие информационные потоки на предприятии.
12. Зависимость информационной системы от структуры предприятия.
13. Текстовая информация: понятие, признаки и виды.
14. Инструменты форматирования текста. Автоматизация форматирования.
15. Восприятие и понимание текстовой информации.
16. Анализ значений и смыслов слов и предложений в медиатекстах.
17. Метрики анализа текстовой информации. Удобочитаемость.
18. Дезинформация: понятия и приёмы.
19. Методы выявления дезинформации на информационных ресурсах.
20. Использование искусственного интеллекта для дезинформации.
21. Этапы работы с информацией на предприятии (технологическая цепочка работы с информацией).
22. Информационные процессы, процедуры, операции и их классификация.
23. Алгоритмы информационных технологий.
24. Медиамониторинг: сущность и способы проведения.
25. Информационное поле: понятие, способы анализа.
26. Программы и сервисы мониторинга информационного пространства.
27. Ключевые слова и кластеризация.
28. Принципы фиксации данных и их атрибутов.
29. Источники деловой информации. Принципы структурирования источников информации.
30. Стандартизация работы с документами.
31. Программные средства обработки документов.

32. Процедура сбора информации из открытых источников с использованием ключевых слов и операторов.
33. Парсинг: подготовка и особенности проведения.
34. Методы анализа информации: эмпирические, логические, эвристические.
35. Методы систематизации информации.
36. Психологические механизмы, помогающие и мешающие пониманию текстовой информации.
37. Понятие Big data (большие данные) и применение аналитики и технологий обработки больших данных в маркетинге и рекламе.
38. Применение причинно-следственного анализа при исследовании медиатекстов.
39. Методы Data Science. Виды и способы поиска скрытых закономерностей в данных.
40. Выбор и типы переменных при анализе данных.
41. Методы Data Science. Виды и способы прогнозирования развития данных.
42. Идентификация в цифровой среде.
43. CRM-системы.
44. Data Management Platform.
45. Customer Data Platform.
46. Data Intelligence Platform.
47. Основные направления и виды компьютерной графики.
48. Ахроматические модели: монохромные и полутоновые изображения.
49. Хроматические модели: RGB, CMYK, Lab и HSB.
50. Понятие и структурные компоненты мультимедиа.
51. Компьютерные изображения: подходы к созданию, форматы, методы сжатия.
52. Аудиальный компонент мультимедийной информации: понятие, характеристики, форматы.
53. Видеокомпонент мультимедийной информации: понятие, характеристики, форматы.
54. Средства обработки и хранения документов в офисе. Облачные технологии хранения данных.
55. Программы и сервисы мониторинга информационного пространства.
56. Средства анализа репутации в цифровых медиа.
57. Цепочка работы с информацией для медиааналитика.
58. Инструменты визуализации данных: таблицы, диаграммы и графики.
59. Психология визуального восприятия данных.
60. Сторителлинг при представлении данных.