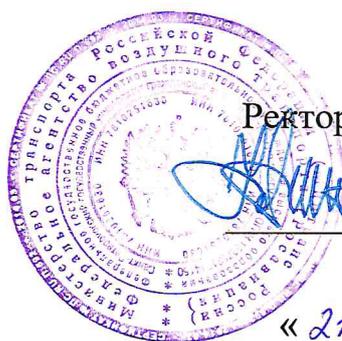




**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»**

УТВЕРЖДАЮ



Ректор

/ Ю.Ю. Михальчевский

« 21 » *октябрь* 2021 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Цифровые коммуникации

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль)

Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

очная

Санкт-Петербург

2021

1 Цели освоения дисциплины

Цель дисциплины - дать представление о современных технических и цифровых средствах, информационно-коммуникационных технологиях для создания коммуникационного продукта в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- охарактеризовать применение современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов,
- дать представление о современных российских и зарубежных цифровых технологиях и платформах
- сформировать представление о систематизированной информации для использования в профессиональной деятельности.
- обучить процессам и методам поиска, сбора, хранения, обработки, распространения информации в цифровой среде с учетом особенностей Федеральных законов «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ и «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ

Дисциплина обеспечивает подготовку выпускника к маркетинговому, авторскому, организационному и проектному видам профессиональной деятельности

2 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Цифровые коммуникации» представляет собой дисциплину, относящуюся к Базовой части Блока 1 Дисциплины. Дисциплина «Цифровые коммуникации» базируется на результатах обучения, полученных при изучении дисциплин: «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях», «Теория и практика связей с общественностью», «Речевая коммуникация и копирайтинг в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массмедиа», «Интегрированные коммуникации и брендинг».

Дисциплина является обеспечивающей для дисциплин: «Ресурсное обеспечение авиабизнеса», «Основы информационно-аналитической работы», «Аналитика дискурса авиабизнеса».

Дисциплина изучается в 6 семестре.

3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (для ФГОС ВО 3++):

Код компетенции	Результат обучения: наименование компетенции; индикаторы компетенции
ОПК-6;	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
ИД1 _{ОПК-6}	1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение. 2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ПК-3;	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
ИД1 _{ПК-3}	Создает программу прикладного эмпирического исследования с учетом методологических, методических и нормативных требований..

Планируемые результаты изучения дисциплины:

Знать: концепции социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий, основы толерантного поведения, основы командообразования.

Уметь: взаимодействовать с представителями иных социальных, этнических, конфессиональных и культурных групп, работать в коллективе по решению конкретных проектных задач.

Владеть: навыками толерантного поведения, командной работы.

Планируемые результаты изучения дисциплины:

Знать:

- сферу применения основных принципов и технологий цифровых коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности.
- основные принципы и технологии цифровых коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности.
- принципы и технологии цифровых коммуникаций для решения задач профессиональной деятельности.

Уметь:

- формулировать и обосновывать эффективные стратегии продвижения брендов в цифровой среде.
- прогнозировать результаты цифровых кампаний;
- об инструментарии, используемом для креативных и коммуникационных стратегий в Интернет.

Владеть:

- навыками эффективные стратегии продвижения брендов в цифровой среде;
- инструментарием, используемом для креативных и коммуникационных стратегий в Интернет

4 Объём дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоёмкость дисциплины «Философия» составляет 4 зачётные единицы, 144 академических часа.

Наименование	Всего часов	Семестр
		2
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144
контактная работа, всего	74,5	74,5
лекции	36	36
практические занятия	36	36
семинары		
лабораторные работы		
курсовой проект (работа)		
Самостоятельная работа студента	36	36
Промежуточная аттестация	36	36
Контактная работа	2,5	2,5
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	экзамен 33,5	экзамен 35,5

5 Содержание дисциплины

5.1 Соотнесение тем (разделов) дисциплины и формируемых компетенций

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции		Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОПК-6	ПК-3		
Тема 1. Основные виды и значение цифровых коммуникаций	6		+	ВК, ИЛ, ПЗ, СРС	У,Т,Дс
Тема 2 Содержание и эффективность внешних цифровых коммуникаций	12		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Т,Дс
Тема 3 Внутренние цифровые коммуникации организаций	6		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Т,Дс
Тема 4 Структура рынка цифровых коммуникаций в России. Управление агентством цифровых коммуникаций	12		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Т,Дс
Тема 5 Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития	6		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Т,Дс
Тема 6 Стратегия продвижения брендов в цифровых каналах: исследовательская работа, анализ целевой аудитории, каналы коммуникации,	12		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Т,Дс

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции		Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОПК-6	ПК-3		
показатели эффективности					
Тема 7 Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития	6		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Т,Дс
Тема 8 Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа: ключевые трен-ды, основные каналы и форматы коммуникации	6		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Т,Дс
Тема 9 Мобильные платформы: использование платформ мессенджеров в цифровой коммуникации	6		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Т,Дс
Тема 10 Управление цифровыми проектами: эффективные бизнес-процессы, планирование ресурсов, контроль качества и показателей эффективности	6		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Т,Дс
Тема 11 Принципы использования современных цифровых	6		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Т,Дс

Темы дисциплины	Количество часов	Компетенции		Образовательные технологии	Оценочные средства
		ОПК-6	ПК-3		
технологий в профессии специалиста по связям с общественностью и менеджера по рекламе					
Тема 12 Управление цифровыми проектами: эффективные бизнес-процессы, планирование ресурсов, контроль качества и показателей эффективности	12		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Т,Дс
Тема 13 Обзор существующих и перспективных цифровых технологий	6		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Т,Дс
Тема 14 Эффективные стратегии продвижения брендов в цифровой среде.	6		+	ИЛ, ПЗ, СРС	У,Т,Дс
Итого по дисциплине	108				
Промежуточная аттестация	36				
Всего по дисциплине	144				

Сокращения: ВК– входной контроль, ИЛ – интерактивная лекция (лекция в форме проблемной лекции) Л – лекция, ПЗ – практическое занятие, СРС – самостоятельная работа студента, У – устный опрос, Т – тест, Дс-дискуссия

5.2 Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

Наименование темы (раздела) дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
РАЗДЕЛ 1 Основные виды и значение цифровых коммуникаций						
Тема 1 Основные понятия и содержание цифровых коммуникаций.	2	2		2		6
РАЗДЕЛ 2 Содержание и эффективность внешних цифровых коммуникаций						
Тема 2 Модели использования организациями современных цифровых каналов коммуникации.	4	4		4		12
Тема 3 Внутренние цифровые коммуникации организаций	2	2		2		6
Тема 4 Классификация задач развития внутренних цифровых коммуникаций организации.	4	4		4		12
Тема 5 Общий обзор информационной модели организации	2	2		2		6
Тема 6 Выстраивание цифровых коммуникаций.	4	4		4		12
РАЗДЕЛ 3 Внутренние цифровые коммуникации организаций						
Тема 7 Особенность социальных сетей, портрет целевой аудитории, анализ сообществ, выбор площадок.	2	2		2		6
Тема 8 Модели использования организациями современных цифровых каналов коммуникации.	2	2		2		6
РАЗДЕЛ 4 Структура рынка цифровых коммуникаций в России.						
Тема 9 Управление агентством цифровых коммуникаций	2	2		2		6
РАЗДЕЛ 5 Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития						

Наименование темы (раздела) дисциплины	Л	ПЗ	ЛР	СРС	КР	Всего часов
Тема 10 CRM коммуникации в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития	2	2		2		6
РАЗДЕЛ 6 Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа: ключевые тренды, основные каналы и форматы коммуникации						
Тема 11 Основные каналы и форматы коммуникации, ключевые тренды при работе в социальных сетях	2	2		2		6
РАЗДЕЛ 7 Мобильные платформы: использование платформ мессенджеров в цифровой коммуникации						
Тема 12 Стратегическое медиапланирование в работе медийного агентства	4	4		4		12
Тема 13 Управление цифровыми проектами: эффективные бизнес-процессы, планирование ресурсов, контроль качества и показателей эффективности	2	2		2		6
Тема 14 Стратегия использования инструментов performance-маркетинга	2	2		2		6
Итого за семестр	36	36		36		108
Промежуточная аттестация						36
Всего по дисциплине						144

5.3 Содержание дисциплины

Раздел 1 Основные виды и значение цифровых коммуникаций

Основные понятия и содержание цифровых коммуникаций.

Классификация цифровых коммуникаций. Характеристика, виды и платформы внешних цифровых коммуникаций.

Содержание и платформы внутренних цифровых коммуникаций организаций.

Раздел 2 Содержание и эффективность внешних цифровых коммуникаций

Содержание и цели внешних цифровых коммуникаций. Модели использования организациями современных цифровых каналов коммуникации. Особенность социальных сетей, портрет целевой аудитории, анализ сообществ, выбор площадок. Разработка корпоративного аккаунта организаций.

Распространение контента по цифровым каналам коммуникации. Разработка вебинаров на платформе We.Study.

Раздел 3 Внутренние цифровые коммуникации организаций

Классификация задач развития внутренних цифровых коммуникаций организации. Место ERP-системы в информационном пространстве предприятия. Общий обзор информационной модели организации в системе 1С: ERP. Параметрическая настройка системы. Выстраивание цифровых коммуникаций.

Раздел 4 Структура рынка цифровых коммуникаций в России.

Обзор российского рынка: ключевая статистика, основные игроки, тренды
Структура и бизнес-процессы в рекламном агентстве.

Будущее бизнес-модели рекламного агентства

Раздел 5 Стратегия продвижения брендов в цифровых каналах: исследовательская работа, анализ целевой аудитории, каналы коммуникации, показатели эффективности

Роль работы отдела стратегии в рекламном агентстве.

Стратегический анализ в рекламном агентстве: аналитические подходы, форматы и формы взаимодействия.

Стратегия цифрового маркетинга: элементы, экосистема, анализ показателей эффективности.

Раздел 6 Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития

CRM-стратегия: компоненты, примеры реализации, отраслевые особенности. Роль и задачи CRM-коммуникаций в премиальном сегменте .

Разбор и анализ бизнес-кейса.

Раздел 7 Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа: ключевые тренды, основные каналы и форматы коммуникации

SMM-стратегия: компоненты, примеры реализации, индустриальные особенности. Роль и задачи SMM-коммуникаций при планировании рекламных кампаний. Стратегия работы с видеоконтентом. Обзор рынка платформ мессенджеров: ключевые тренды, статистика, основные игроки, тренды развития. Примеры реализованных проектов. Обзор рынка медийной рекламы: ключевые тренды, статистика, основные игроки, тренды развития

Индустрия автоматизированной закупки рекламного инвентаря: экосистема и основные игроки programmatic, технологии, перспективы развития. Обзор рынка performance-рекламы: ключевые тренды, статистика, основные игроки и инструменты, тренды развития.

5.4 Практические занятия (семинары)

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (часы)
Семестр 2		
1	Практическое занятие № 1 Основные понятия и содержание цифровых коммуникаций.	2
2	Практическое занятие № 2 Модели использования организациями современных цифровых каналов коммуникации.	2
	Практическое занятие № 3 Внутренние цифровые коммуникации организаций	2
3	Практическое занятие № 4 Внешние цифровые коммуникации организаций	2
4	Практическое занятие № 5 Классификация задач развития внутренних цифровых коммуникаций организации.	2
	Практическое занятие № 6 Выстраивание цифровых коммуникаций.	2
5	Практическое занятие № 7 Особенность социальных сетей, портрет целевой аудитории, анализ сообществ, выбор площадок.	2
6	Практическое занятие № 8 Модели использования организациями современных цифровых каналов	2

Номер темы дисциплины	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудо-емкость (часы)
	коммуникации.	
	Практическое занятие № 9 Управление агентством цифровых коммуникаций	2
7	Практическое занятие № 10 Роль работы отдела стратегии в рекламном агентстве	2
8	Практическое занятие № 11 Стратегический анализ в рекламном агентстве: аналитические подходы, форматы и формы взаимодействия	2
9	Практическое занятие № 12 CRM-стратегия: компоненты, примеры реализации, индустриальные особенности	2
10	Практическое занятие № 13 Роль и задачи CRM-коммуникаций в премиальном сегменте	2
11	Практическое занятие № 14 SMM-стратегия: компоненты, примеры реализации, индустриальные особенности	2
12	Практическое занятие № 15 Роль и задачи SMM-коммуникаций при планировании рекламных кампаний	2
	Практическое занятие № 16 Обзор рынка платформ мессенджеров: ключевые тренды, статистика, основные игроки, тренды развития	
13	Практическое занятие № 17 Обзор рынка медийной рекламы: ключевые тренды, статистика, основные игроки, тренды развития	2
14	Практическое занятие № 18	2
Итого за семестр:		36
Итого по дисциплине:		36

5.5 Лабораторный практикум

Лабораторный практикум не предусмотрен учебным планом.

5.6 Самостоятельная работа

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
1	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу и тесту.	2
2	1 Работа с основной и дополнительной литературой. [1], [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу и тесту.	4
3	1 Работа с основной и дополнительной литературой. [3], [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу и тесту.	2
4	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу и тесту.	4
5	1 Работа с основной и дополнительной литературой: [4], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу и тесту.	2
6	1 Работа с основной и дополнительной литературой. [3], [5], [6] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу и тесту.	4
7	1 Работа с основной и дополнительной литературой. [1], [2], [3] 2 Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия.	2

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
	3 Подготовка к устному опросу и тесту.	
8	1Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3Подготовка к устному опросу и тесту.	2
9	1Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу и тесту.	2
10	1Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3Подготовка к устному опросу и тесту.	2
11	1Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3] 2Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3Подготовка к устному опросу и тесту.	2
12	1Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3], [4] 2Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу и тесту.	4
13	1Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3],[6] 2Составление развёрнутого плана-конспекта по основным вопросам практического занятия. 3 Подготовка к устному опросу и тесту.	2
14	1Работа с основной и дополнительной литературой.[1], [2], [3], [4],[5] 2Составление развёрнутого плана-конспекта по	2

Номер темы дисциплины	Виды самостоятельной работы	Трудо- емкость (часы)
	основным вопросам практического занятия. 3Подготовка к устному опросу и тесту.	
Итого за семестр:		36
Итого по дисциплине:		36

5.7 Курсовые работы

Курсовые работы (проекты) учебным планом не предусмотрены.

6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1 Информатика для гуманитариев: учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. Е. Кедрова [и др.]. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 439 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). —

ISBN 978-5-534-01031-2. — Режим доступа: <https://urait.ru//book/170F1E70-CC31-47C1-B77C-393F07613B2D>.

2 Трофимов, В. В. Информатика в 2 т. Том 1: учебник для академического бакалавриата / В. В. Трофимов, М. И. Барабанова; отв. ред. В. В. Трофимов. - 3-е изд., пер. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 553 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02613-9. — Режим доступа: <https://urait.ru//book/9345A9F2-E173-48F2-87C9-22E860893183>.

3 Туренко Е.В. Информатика, методические указания по изучению раздела MSVisio 2010 – Издательство СПб ГУГА, 2016. – 58 с. – Режим доступа: библиотека СПб ГУГА.

б) дополнительная литература:

1 Гаврилов, М. В. Информатика и информационные технологии: учебник для прикладного бакалавриата / М. В. Гаврилов, В. А. Климов. — 4-е изд., пер. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 383 с. — (Серия: Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-6730-2. — Режим доступа: <https://urait.ru//book/AF7A992C-5CEB-4E37-8C97-25360C9FE899>.

2 Черткова, Е. А. Компьютерные технологии обучения: учебник для вузов / Е. А. Черткова. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 297 с. — (Серия: Университеты России). — ISBN 978-5-534-01255-2. — Режим доступа: <https://urait.ru//book/44E3DBD2-533A-438B-9E02-94C2CC0052FC>

в) перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- 1 Журнал «Сообщение» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.soob.ru, свободный (дата обращения: 30.06.2021).
- 2 Журнал PR-Week [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.prweekuk.com>, свободный (дата обращения: 30.06.2021).
- 3 International Association of Business Communicators [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iabc.com>, свободный (дата обращения: 30.06.2021).
- 4 Российская ассоциация по связям с общественностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.raso.ru, свободный (дата обращения: 29.03.2017).

г) программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

- 1 **Единое окно доступа к образовательным ресурсам** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://window.edu.ru>, свободный (дата обращения: 30.06.2021).
- 2 **Консультант Плюс** [Электронный ресурс]: официальный сайт компании Консультант Плюс. — Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>, свободный (дата обращения: 30.06.2021).
- 3 **Электронная библиотека научных публикаций «eLIBRARY.RU»** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://elibrary.ru/>, свободный. (дата обращения: 30.06.2021).
- 4 **Научно-информационное пространство Соционет** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://socionet.ru/>, свободный (дата обращения: 30.06.2021).
- 5 **Федеральный образовательный портал ЭСМ** [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>, свободный. (дата обращения: 30.06.2021).

7 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование учебных предметов, курсов, дисциплин, практики, иных видов учебной деятельности, предусмотренных учебным планом	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы, с	Адрес (местоположение) помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом (в случае реализации

образовательной программы	указанием перечня основного оборудования, учебно-наглядных пособий и используемого программного обеспечения	образовательной программы в сетевой форме дополнительно указывается наименование организации, с которой заключен договор)
1	2	3
Цифровые коммуникации	Ауд. 306 для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации Комплект учебной мебели (24 места) Мультимедийный проектор AcerX1261P НоутбукПКAsus, ЭкранLumienMasterpicture 180*180 Доступ в сеть Интернет	196210, г. Санкт-Петербург, ул. Пилотов, дом 38, лит. А

8 Образовательные и информационные технологии

Дисциплина «Цифровые коммуникации» предполагает использование следующих образовательных технологий: входной контроль, лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента.

Входной контроль предназначен для выявления уровня усвоения компетенций обучающимся, необходимо для изучения дисциплины. Входной контроль осуществляется по вопросам, на которых базируется читаемая дисциплина.

Интерактивные лекции в форме проблемных лекций характеризуются освоением компетенций реализуется в ходе решения определенной проблемы или группа проблем посредством механизма дискуссии. Проблемные лекции

проводятся по всем темам дисциплины (трудоемкость – 14 академических часов). Интерактивная лекция может сопровождаться демонстрацией слайдов, созданных в среде PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы, а также демонстрационные и наглядно иллюстрационные материалы

Традиционная лекция составляет основу теоретического обучения в рамках дисциплины и направлена на систематизированное изложение накопленных и актуальных научных знаний. Лекция предназначена для раскрытия состояния и перспектив теории межличностной коммуникации в современных условиях. На лекции концентрируется внимание обучающихся на наиболее сложных и узловых вопросах, стимулируется их активная познавательная деятельность.

Ведущим методом в лекции выступает устное изложение учебного материала, который может сопровождаться одновременной демонстрацией слайдов, созданных в среде PowerPoint, при необходимости привлекаются открытые Интернет-ресурсы, а также демонстрационные и наглядно-иллюстрационные материалы.

Практические занятия по дисциплине проводятся в соответствии с учебно-тематическим планом по отдельным группам. Цель практических занятий – закрепление теоретических знаний, полученных обучающимися на лекциях и в результате самостоятельного изучения соответствующих разделов рекомендуемой литературы, а также приобретение начальных практических навыков межличностной коммуникации. Семинар предназначен для более глубокого освоения и анализа тем, изучаемых в рамках данной дисциплины.

Самостоятельная работа студента (обучающегося) является составной частью учебной работы. Ее основной целью является формирование навыка самостоятельного приобретения знаний по некоторым не особо сложным вопросам теоретического курса, закрепление и углубление полученных знаний, самостоятельная работа со справочниками, периодическими изданиями и научно-популярной литературой, в том числе находящимися в глобальных компьютерных сетях. Самостоятельная работа подразумевает выполнение учебных заданий.

Все задания, выносимые на самостоятельную работу, выполняются студентом либо в конспекте, либо на отдельных листах формата А4 (по указанию преподавателя). Контроль выполнения заданий, выносимых на самостоятельную работу, осуществляет преподаватель в рамках учебных часов, отведенных учебным планом на практическое занятие.

9 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Фонд оценочных средств дисциплины «Цифровые коммуникации» представляет собой комплекс методических и контрольных измерительных материалов, предназначенных для определения качества результатов обучения и уровня сформированности компетенций обучающихся в ходе освоения данной дисциплины. В свою очередь, задачами использования фонда оценочных средств является осуществление как текущего контроля успеваемости студентов, так и промежуточной аттестации в форме экзамена.

Фонд оценочных средств дисциплины «Философия» включает: устные опросы и тесты, дискуссии

Устный опрос проводится на каждом семинаре в течение 5-10 минут с целью контроля усвоения теоретического материала, изложенного на лекции. Перечень вопросов определяется вопросами, изученными на лекции.

Тест – система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.

Дискуссия - целенаправленный и упорядоченный обмен идеями, суждениями, мнениями в группе ради формирования мнения каждым участником или поиска истины. Проводится в процессе проблемной лекции.

Промежуточная аттестация проводится в виде экзамена в конце 2-го семестра.

Экзамен позволяет оценить уровень освоения компетенций за весь период изучения дисциплины. Экзамен предполагает ответ на теоретические вопросы и решение задач.

К моменту сдачи экзамена должны быть благополучно пройдены предыдущие формы контроля.

Методика формирования результирующей оценки в обязательном порядке учитывает посещаемость, активность студентов на занятиях, правильность ответов во время устных опросов, выполнение самостоятельных заданий.

9.1 Балльно-рейтинговая оценка текущего контроля успеваемости и знаний студентов

	мини- мальное значение	макси- мальное значени е		
Лекция 1.	1	1	1	
Практическое занятие 1.	2	4	1	
Лекция 2.	1	1	2	
Практическое занятие 2.	1	4	2	
Лекция 3.	1	1	3	
Практическое занятие 3	1	2	3	
Лекция 4.	1	1	4	
Практическое занятие 4	2	2	4	
Лекция 5.	1	1	5	
Практическое занятие 5	1	4	5	
Лекция 6.	1	1	6	
Практическое занятие 6	1	4	6	
Лекция 7.	1	1	7	
Практическое занятие 7	1	4	7	
Лекция 8.	1	1	8	
Практическое занятие 8	2	4	8	
Лекция 9.	1	1	9	
Практическое занятие 9	2	4	9	
Лекция 10.	1	1	10	
Практическое занятие 10	2	2	10	
Лекция 11.	1	1	11	
Практическое занятие 11	1	2	11	
Лекция 12.	1	1	12	
Практическое занятие 12	1	2	12	
Лекция 13.	1	1	13	
Практическое занятие 13	2	2	13	
Лекция 14.	1	1	14	
Практическое занятие 14	2	2	14	
Лекция 15.	1	1	15	
Практическое занятие 15	1	2	15	
Лекция 16.	1	1	16	
Практическое занятие 16	2	2	16	
Лекция 17.	1	1	17	
Практическое занятие 17	1	4	17	

Лекция 18.	1	1	18	
Практическое занятие 18	2	2	18	
Итого по обязательным видам занятий:	45	70		
Экзамен	15	30		
Итого по дисциплине:	60	100		
Перевод баллов балльно-рейтинговой системы в оценку по 5-ти балльной «академической» шкале				
Количество баллов по БРС	Оценка (по 5-ти балльной «академической» шкале)			
90 и более	5 – «отлично»			
70÷89	4 – «хорошо»			
60÷69	3 – «удовлетворительно»			
менее 60	2 – «неудовлетворительно»			

9.2 Методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

В процессе преподавания дисциплины «Цифровые коммуникации» для текущей аттестации обучающихся используются следующие формы:

- заслушивание и оценка докладов по вопросам тем практических занятий;
- проведение устных опросов;
- тестирование.

По итогам освоения дисциплины проводится промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена.

Основными документами, регламентирующими порядок организации и проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся в ГУГА, являются: Устав СПбГУГА, учебная программа по соответствующему направлению подготовки бакалавров, Положение о балльно-рейтинговой системе оценки знаний и обеспечения качества учебного процесса в ГУГА.

На первом занятии преподаватель доводит до сведения обучающихся график текущего контроля освоения дисциплины и критерии оценки знаний при текущем контроле успеваемости, а также сроки и условия промежуточной итоговой аттестации.

Реализацию непрерывного контроля знаний согласно графику преподаватель осуществляет за счет часов, предусмотренных нормами времени на практические занятия и проведение консультаций.

Показателями, характеризующими текущую учебную работу студентов, являются:

- активность посещения занятий и работы на занятиях;
- оценка ответов на устный опрос.
- тестирование

Сроки промежуточной аттестации определяются графиком учебного процесса. По дисциплине «Философия» предусмотрен экзамен. Для допуска к нему необходимо предоставить все тестовые работы, выполняемые в течение семестра.

Экзамен проводится в форме устного ответа на 3 вопроса из приведенного ниже (9.6) списка.

9.3 Темы курсовых работ (проектов) по дисциплине

Написание курсовых работ (проектов) учебным планом не предусмотрено.

9.4 Контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечивающим дисциплинам ям)

Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях

Что такое текстовый редактор? - (назовите программу)

Что такое текстовый процессор? - (назовите программу)

Можно ли документ, созданный в текстовом процессоре, отредактировать в текстовом редакторе?

Как и для какой цели производится форматирование документа?

В каких случаях используются колонтитулы?

Основные режимы работы электронной таблицы.

Как обозначаются имя ячейки, диапазон ячеек?

Что такое формула в электронной таблице и ее типы

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

Компетенции	Критерии	Показатели
ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Знать: специфику профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции, содержание профессиональных функций и особенности их применения.	Знает: необходимое техническое оборудование и программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности.
	Уметь: решать задачи профессиональной деятельности в сфере выпуска рекламной продукции	Применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания рекламной продукции
	Владеть: навыками подготовки рекламной продукции в государственных, общественных, коммерческих структурах, СМИ, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры.	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ПК-3Способен осуществлять	Знать: типы шкал	Логически последовательно, взаимосвязанно и правильно

Компетенции	Критерии	Показатели
авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта		структурированно излагает учебный материал. Умеет устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь.
	Уметь: строить шкалу измерения под конкретную задачу исследования	Строит шкалу с учетом типа, задач исследования и нормативных требований к качеству измерения.
	Владеть: методом социологического измерения	Строит шкалу с учетом типа, задач исследования и нормативных требований к качеству измерения.

Характеристики шкалы оценивания приведены ниже.

1. Максимальное количество баллов за экзамен – 30. Минимальное (зачетное) количество баллов («экзамен сдан») – 15 баллов.

2. При наборе менее 15 баллов – экзамен не сдан по причине недостаточного уровня знаний.

3. Экзаменационная оценка выставляется как сумма набранных баллов за ответы на вопросы билета

4. Ответы на вопросы билета оцениваются следующим образом:

– *1 балл*: отсутствие продемонстрированных знаний и компетенций в рамках образовательного стандарта (нет ответа на вопрос) или отказ от ответа;

– *2 балла*: нет удовлетворительного ответа на вопрос, демонстрация фрагментарных знаний в рамках образовательного стандарта, незнание лекционного материала;

– *3 балла*: нет удовлетворительного ответа на вопрос, много наводящих вопросов, отсутствие ответов по основным положениям вопроса, незнание лекционного материала;

– 4 балла: ответ удовлетворительный, оценивается как минимально необходимые знания по вопросу, при этом студентом продемонстрировано хотя бы минимальное знание всех разделов вопроса в пределах лекционного материала. При этом студентом демонстрируется достаточный объем знаний в рамках образовательного стандарта;

– 5 баллов: ответ удовлетворительный, достаточные знания в объеме учебной программы, ориентированные на воспроизведение; использование научной (технической) терминологии, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы;

– 6 баллов: ответ удовлетворительный, студент достаточно ориентируется в основных аспектах вопроса, демонстрирует полные и систематизированные знания в объеме учебной программы;

– 7 баллов: ответ хороший (достаточное знание материала), но требовались наводящие вопросы, студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы;

– 8 баллов: ответ хороший, ответом достаточно охвачены все разделы вопроса, единичные наводящие вопросы; студент демонстрирует способность самостоятельно решать сложные проблемы в рамках учебной программы;

– 9 баллов: систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы; студент демонстрирует способность самостоятельно и творчески решать сложные проблемы в нестандартной ситуации в рамках учебной программы;

– 10 баллов: ответ на вопрос полный, не было необходимости в дополнительных (наводящих вопросах); студент демонстрирует систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы.

9.6 Типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам обучения по дисциплине

Примерный перечень контрольных вопросов и задания для проведения текущего контроля успеваемости по лекционным темам

Раздел 1 Основные виды и значение цифровых коммуникаций

Основные понятия и содержание цифровых коммуникаций.

Классификация цифровых коммуникаций. Характеристика, виды и платформы внешних цифровых коммуникаций.

Содержание и платформы внутренних цифровых коммуникаций организаций.

Раздел 2 Содержание и эффективность внешних цифровых коммуникаций

Содержание и цели внешних цифровых коммуникаций. Модели использования организациями современных цифровых каналов коммуникации. Особенность социальных сетей, портрет целевой аудитории, анализ сообществ, выбор площадок. Разработка корпоративного аккаунта организаций.

Распространение контента по цифровым каналам коммуникации. Разработка вебинаров на платформе We.Study.

Раздел 3 Внутренние цифровые коммуникации организаций

Классификация задач развития внутренних цифровых коммуникаций организации. Место ERP-системы в информационном пространстве предприятия. Общий обзор информационной модели организации в системе 1С: ERP. Параметрическая настройка системы. Выстраивание цифровых коммуникаций.

Раздел 4 Структура рынка цифровых коммуникаций в России.

Обзор российского рынка: ключевая статистика, основные игроки, тренды

Структура и бизнес-процессы в рекламном агентстве.

Будущее бизнес-модели рекламного агентства

Раздел 5 Стратегия продвижения брендов в цифровых каналах: исследовательская работа, анализ целевой аудитории, каналы коммуникации, показатели эффективности

Роль работы отдела стратегии в рекламном агентстве.

Стратегический анализ в рекламном агентстве: аналитические подходы, форматы и формы взаимодействия.

Стратегия цифрового маркетинга: элементы, экосистема, анализ показателей эффективности.

Раздел 6 Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития

CRM-стратегия: компоненты, примеры реализации, отраслевые особенности. Роль и задачи CRM-коммуникаций в премиальном сегменте .

Разбор и анализ бизнес-кейса.

Раздел 7 Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа: ключевые тренды, основные каналы и форматы коммуникации

SMM-стратегия: компоненты, примеры реализации, отраслевые особенности. Роль и задачи SMM-коммуникаций при планировании рекламных

кампаний. Стратегия работы с видеоконтентом. Обзор рынка платформ мессенджеров: ключевые тренды, статистика, основные игроки, тренды развития. Примеры реализованных проектов. Обзор рынка медийной рекламы: ключевые тренды, статистика, основные игроки, тренды развития

Индустрия автоматизированной закупки рекламного инвентаря: экосистема и основные игроки programmatic, технологии, перспективы развития. Обзор рынка performance-рекламы: ключевые тренды, статистика, основные игроки и инструменты, тренды развития.

Примерные теоретические вопросы, выносимые на экзамен в 6 семестре

1. Одномерный анализ (табулирование и представление данных).
2. Статистические показатели (меры средней тенденции, коэффициенты корреляции и т.д.).
3. Понятие корреляции, принципы анализа связи между переменными.
4. Составление отчета по результатам исследования. Виды отчетов.
5. Требования к языку и стилю отчетов, формулирование выводов и рекомендаций.
6. Основные правила прогнозирования на основе результатов исследования.
7. Структура отчета по итогам информационно-аналитической работы.
8. Основные характеристики интернет-платформ
9. Типы и виды сетевых ресурсов
10. Принципы работы баз данных
11. Структура и функции цифровых архивов
12. Технологии обработки больших данных
13. Поисковые системы и онлайн-библиотеки: ключевые тенденции
14. Поисковые машинные алгоритмы: цели, задачи, проблемы
15. Особенности успешных платформ
16. Прогнозирование в онлайн-среде
17. Платформенные войны: эффективное использование активов и бережное обращение с ресурсами
18. Блокчейн — технологии распределённого реестра
19. Контур четвертой промышленной революции: эпистемологические и этические проблемы
20. Информационная этика: тренды, тенденции, вызовы
21. Интерфейс как форма идеологии — дизайн цифровых интерфейсов
22. Клиповое мышление

23. Кликовое мышление
24. Принципы классификации сообществ по интересам во всемирной сети
25. Понятие когнитивного капитализм
26. Знание как власть: истоки, использование в цифровой среде, последствия
27. Поведенческие особенности в цифровых платформах
28. Кибердивиаии: шок-контент, троллинг, остракизм
29. Эстетическая конфигурация знания: власть задетых чувств и контроль эмоций
30. Постправда: эпистемология фейка
31. Состояние пост-: постмодерн, постправда, постирония
32. Геймификация знания: условия и возможности
33. Инфотейтмент: образование, развлечение, различия
34. Возможен ли баланс между истиной и травмой в мире геймификации, инфотейтмент и постправды?
35. Психология потокового переживания: принципы и прерогативы
36. Особенности потребления информации в цифровую эпоху

10 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение курса «Цифровые коммуникации» является важной составной частью гуманитарного образования. Важную роль в освоении и изучении философии играют лекции и практические занятия, которые помогают систематизировать и закрепить знания, формировать умения и навыки самостоятельно работать с литературой, четко, ясно и аргументировано излагать свои мысли в публичных выступлениях.

Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач:

- 1) выработка навыков восприятия и анализа оригинальных философских текстов (классических и современных);
- 2) формирование навыков критического, исследовательского отношения к предъявляемой аргументации, развитие способности схватывания и понимания философских аспектов социально и личностно значимых проблем;
- 3) развитие и совершенствование способностей к диалогу, к дискуссии, к формированию и логически аргументированному обоснованию собственной позиции по тому или иному вопросу;
- 4) развитие и совершенствование творческих способностей при самостоятельном изучении философских проблем.

Для решения первой задачи студентам предлагаются к прочтению и содержательному анализу работы классических и современных философов

(либо их разделы). Результаты работы с текстами обсуждаются на практических занятиях, посвященных историческим типам философии, другим разделам курса.

Навыки критического отношения к философской аргументации вырабатываются при выполнении студентами заданий, требующих нахождения аргументов «за» или «против» какого-либо философского тезиса, развития либо опровержения той или иной философской позиции. Студенты выполняют задания, самостоятельно обращаясь к учебной, справочной и оригинальной философской литературе. Проверка выполнения заданий осуществляется как на практических занятиях с помощью устных выступлений студентов и их коллективного обсуждения, так и с помощью проверки тестовых заданий

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры № 1 «Философии и социальных коммуникаций» «31» 08 2021 года, протокол № 1.

Разработчик:

к.ф.н., доцент



Очеретяный К.А.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)

Заведующий кафедрой № 1 «Философии и социальных коммуникаций»

к.ф.н., доцент



Майор М.Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)

Программа согласована:

Руководитель ОПОП ВО

к.ф.н., доцент



Майор М.Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета «20» 10 2021 года, протокол № 2.