

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование 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 |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Цифровые коммуникации» является: изучение теории и практики использования цифровых коммуникаций для формирования у студентов навыков использования ключевых трендов, основных каналов и форматов цифровой коммуникации, различных методик, в том числе, мобильных технологий, контекстной рекламы услуг, брендов, коммерческих предложений, контента для сети, инструментов для взаимодействия с потребителями, реализации маркетинговых, рекламных, брендинговых и PR-задач, цифровых кампаний любой сложности, решающих как стратегические, так и практические задачи организации |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 6 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Базовая часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | ОПК-6; ПК-3 |
| Трудоемкость дисциплины | 4 зачетные единицы, 144 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>Тема 1. Структура рынка цифровых коммуникаций в России.</p> <p>Тема 2. Управление агентством цифровых коммуникаций. Стратегия продвижения брендов в цифровых каналах: исследовательская работа, анализ целевой аудитории, каналы коммуникации, показатели эффективности.</p> <p>Тема 3. Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития.</p> <p>Тема 4. Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа: ключевые тренды, основные каналы и форматы коммуникации.</p> <p>Тема 5. Мобильные платформы: использование платформ мессенджеров в цифровой коммуникации.</p> <p>Тема 6. Мобильные платформы: использование платформ мобильных приложений в цифровой коммуникации.</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>Тема 7. Стратегическое медиапланирование в работе медийного агентства.</p> <p>Тема 8. Программатик - digital- инструмент автоматизированной закупки рекламы на большом количестве сайтов в режиме реального времени.</p> <p>Тема 9. Управление цифровыми проектами: эффективные бизнес-процессы, планирование ресурсов, контроль качества и показателей эффективности. Стратегия использования инструментов performance-маркетинга.</p> |
| <p>Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины</p> | <p>Экзамен</p> |