

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт международных отношений и мировой истории

УТВЕРЖДЕНО

решением Ученого совета ННГУ

протокол № 6 от 31.05.2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Цифровые коммуникации

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

51.03.01 - Культурология

Направленность образовательной программы

Управление в социокультурной сфере

Форма обучения

очная

г. Нижний Новгород

2023 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.25 Цифровые коммуникации относится к обязательной части образовательной программы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ОПК-2: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-2.1: Понимает принципы работы современных информационных технологий ОПК-2.2: Использует информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	ОПК-2.1: <ul style="list-style-type: none"> знать современные информационно – коммуникационные технологии уметь применить современное офисное программное обеспечение в профессиональной деятельности; работать с традиционными носителями информации; осуществлять поиск информации и передачу данных, необходимых для решения поставленных задач, используя сетевые технологии владеть навыками использования информационных и интерактивных Интернет-ресурсов; технологиями сбора, обработки и анализа информации средствами Интернет; технологией обмена информацией с использованием различных Интернет-сервисов ОПК-2.2: <ul style="list-style-type: none"> знать основные современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение, используемые в профессиональной деятельности 	Практическое задание Тест	Зачёт: Проект

		<ul style="list-style-type: none"> • уметь решать стандартные задачи по организации системы цифровых коммуникаций организации • владеть навыками выстраивания системы цифровых коммуникаций организации с использованием современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения 		
ОПК ОС-5: Способен к ведению инновационно-предпринимательской деятельности	ОПК ОС-5.1: Организует способы ведения инновационно-предпринимательской деятельности в социальной и культурной сфере ОПК ОС-5.2: Понимает специфику использования методов ведения инновационно-предпринимательской деятельности в социокультурной сфере	ОПК ОС-5.1: <ul style="list-style-type: none"> • знать основные способы ведения инновационно-предпринимательской деятельности в социальной и культурной сфере • уметь организовывать инновационно-предпринимательскую деятельность в социальной и культурной сфере • владеть практическими навыками ведения инновационно-предпринимательской деятельности в социальной и культурной сфере ОПК ОС-5.2: <ul style="list-style-type: none"> • знать специфику использования методов ведения инновационно-предпринимательской деятельности в социокультурной сфере • уметь разрабатывать стратегию и тактику ведения инновационно-предпринимательской деятельности в социокультурной сфере • владеть практическими методами ведения инновационно-предпринимательской деятельности в социокультурной сфере 	Сообщение на практических занятиях Практическое задание Тест	Зачёт: Контрольные вопросы

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
Общая трудоемкость, з.е.	2
Часов по учебному плану	72
в том числе	
аудиторные занятия (контактная работа):	
- занятия лекционного типа	32
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	16
- КСР	1
самостоятельная работа	23
Промежуточная аттестация	0 Зачёт

3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	0 ф 0	0 ф 0	0 ф 0	0 ф 0	0 ф 0
РАЗДЕЛ 1. Система цифровых коммуникаций компании: основные принципы организации, базовые устройства, платформы и программное обеспечение	9	4	2	6	3
РАЗДЕЛ 2. Технологии организации электронного документооборота компании и подготовки презентаций	9	4	2	6	3
РАЗДЕЛ 3. Сайт компании как основа цифровых коммуникаций в интернет-пространстве	12	6	2	8	4
РАЗДЕЛ 4. Социальные сети и блоги в системе цифровых коммуникаций	9	4	2	6	3
РАЗДЕЛ 5. Мобильные платформы: использование мессенджеров и мобильных приложений в цифровой коммуникации	14	6	4	10	4
РАЗДЕЛ 6. Бесплатные онлайн-сервисы и web-программы, полезные для выстраивания системы цифровых коммуникаций	9	4	2	6	3
РАЗДЕЛ 7. Проектирование системы цифровых коммуникаций организации	9	4	2	6	3
Аттестация	0				
КСР	1				1
Итого	72	32	16	49	23

Содержание разделов и тем дисциплины

Раздел 1. Система цифровых коммуникаций компании: основные принципы организации, базовые устройства, платформы и программное обеспечение

Коммуникации в организации: внутренние и внешние коммуникации и задачи рекламной и PR-деятельности.

Интернет как новая цифровая среда для ведения рекламной и PR-деятельности. Изменение характера коммуникаций в эпоху цифровых медиа.

Система коммуникаций компании в современной цифровой среде: основные цели, задачи и принципы организации.

Базовые устройства, платформы и программное обеспечение системы цифровых коммуникаций организации.

Раздел 2. Технологии организации электронного документооборота компании и подготовки презентаций

Текстовый процессор Microsoft Word как малая издательская система макетирования и верстки при составлении рабочих документов. Создания документов на бланке, почтовых наклеек, конвертов, каталогов, массовой рассылки сообщений по факсу или по электронной почте. Разработка имиджевых корпоративных документов: рекламных листов, фолдеров, презентационных буклетов и пр.

Программа Microsoft PowerPoint. Интерфейс программы. Информационная поддержка подготовки к презентации, реализованная в программе Microsoft PowerPoint. Компьютерная поддержка презентации, реализованная в программе Microsoft PowerPoint. Рекомендации по созданию интерактивных презентаций.

Раздел 3. Сайт компании как основа цифровых коммуникаций в интернет-пространстве

«Всемирная паутина» (WWW): web-страницы и их объединения – web-сайты как основные структурные информационные единицы интернета.

Двухуровневый подход к организации интернет-коммуникаций: внешняя реклама и сайт компании.

Модели интернет-представительств: сайт-визитка, имиджевый сайт, корпоративный сайт, промо-сайт, портал, интернет-магазин.

Этапы создания сайта: аналитический этап, планирование, реализация (первичная, вторичная), оценка эффективности. Построение логической структуры сетевого ресурса. Элементы системы навигации.

Разработка дизайна сайта. Информационное наполнение Web-ресурса.

Технологии «сایتостроения». Язык HTML, DHTML, каскадные таблицы стилей CSS. Использование языка Javascript при создании динамических web-страниц. Специализированные редакторы. Редактор Adobe Dreamweaver. Бесплатные конструкторы сайтов.

Продвижение сайта. Рекламная поддержка off-line и on-line. SEO и контекстная реклама: основные принципы, технологии и программное обеспечение. Мобильная версия сайта.

Сайт компании как основной ресурс (и площадка) PR и рекламы в цифровой среде. Задачи, решаемые с помощью сайта: формирование (укрепление) имиджа (репутации), информирование, работа с целевыми аудиториями, брендинг/ребрендинг, реклама товаров и услуг, продажа товаров/предоставление услуг, лидогенерация, взаимодействие (обратная связь) с клиентами/покупателями и др.

Раздел 4. Социальные сети и блоги в системе цифровых коммуникаций

Web 2.0 и социальные сети: понятие, типология, примеры.

Понятие и основные методы SMM (Social Media Marketing). «Молва» в социальных сетях. Вирусный маркетинг. Скрытый маркетинг. Ивенты и акции в социальных сетях.

Новые медиа (тематические сообщества, официальные представительства компаний, страницы известных людей и т.д.) как основной канал выстраивания системы интерактивных цифровых коммуникаций. Особенности новых медиа на платформах FB, VK, OK, Instagram.

Технологические возможности новых медиа. Новостная лента, посты (текст) и репосты, комментарии, лайки, опросы, интеграция с мультимедийным контентом (изображения, инфографика, фото, видео, аудио) и web-ресурсами, интерактивные прямые трансляции и видеоконференции, мгновенные сообщения, таргетированная реклама, использование облачных сервисов.

Блоги в рекламе и связях с общественностью. Блог и блогосфера: определение понятий. Виды блогов. Блогосфера и СМИ.

Технологические возможности блогов. Блоги в Twitter и Instagram и их интерактивные и мультимедийные возможности. Видеоблоги, подкасты и стримы: основные платформы и программное обеспечение.

Обратная связь в соцсетях и блогах: особенности, значение и методы выстраивания.

Раздел 5. Мобильные платформы: использование мессенджеров и мобильных приложений в цифровой коммуникации

Мессенджеры: определение, основные функции, примеры, сходства и различия мессенджеров и соцсетей.

Мессенджеры как современная платформа для организации системы цифровых коммуникаций.

Особенности использования мессенджеров в целях рекламы и PR. Группы и каналы в мессенджерах как мобильные интерактивные площадки для интегрированных маркетинговых коммуникаций. Диалоговая коммерция (conversation marketing) при помощи чат-ботов с использованием ИИ.

Технологические возможности мессенджеров. Лента новостей, посты (текст) и репосты, комментарии, лайки, интеграция с web-ресурсами, социальными сетями и блогами, мультимедиа-контент, комментарии, опросы, чат-боты, возможность прямого общения в чате, звонки через интернет и видеозвонки. Особенности наиболее популярных мессенджеров: WhatsApp, Viber и Telegram.

Мобильное приложение: определение, примеры.

Мобильное приложение в системе цифровых коммуникаций, в рекламной и PR-деятельности.

Продвижение мобильных приложений. Реклама в мобильных приложениях.

Технологические особенности мобильных приложений. Виды приложений: мобильные сайты (web-приложения), гибридные приложения, нативные приложения. Интеграция мобильного приложения с основным web-ресурсом. Функции мобильных приложений. Конструкторы мобильных приложений.

Обратная связь на мобильных платформах: особенности, значение и методы выстраивания.

Раздел 6. Бесплатные онлайн-сервисы и web-программы, полезные для выстраивания системы цифровых коммуникаций

Онлайн-офис

Создание текстовых документов: GoogleDocs. Создание презентаций: GooglePresentations. Работа с электронными таблицами: GoogleSpreadsheets. Проведение опросов: GoogleForms. Онлайн-органайзер:

GoogleCalendar.

Работа с фото и видео

Pixlr.com — мощный ресурс, включает 3 инструмента работы с фото:

- Pixlr Editor — онлайн инструмент работы с фото. По функционалу близок к Фотошопу;
- Pixlr Express — позволяет оформить фото с помощью различных эффектов, стикеров, рамок и т.п. Дает возможность создавать коллажи. Есть мобильное приложение.
- Pixlr-o-matik — создание винтажных фото. Есть мобильное приложение.

Screenr – создание скринкастов (видео-уроки, видео-обращения, запись советов, показ приемов в использовании различных программ, ссылки в соцсетях, размещение видео на сайтах и в блогах).

Создание коротких видео презентаций: Animoto.

Movavi.ru — видеоредактор — простой и интуитивно понятный.

Бесплатные сервисы для продвижения сайта (SEO-анализ и др.)

ЯндексВебмастер: показывает количество проиндексированных страниц Яндексом, ссылки на сайт, отслеживание позиции сайта по ключевым фразам и т.д.

Сервис от Google: добавив сайт в (www.google.com/webmasters) можно отслеживать его позиции, а также ключевые фразы, по которым находят ваш ресурс.

Pr-cy.ru: бесплатный сервис для анализа сайта и контента.

Su-pr.com: позволяет узнать, какие сайты являются вашими конкурентами и провести SEO-анализ.

Seoanalizator.ru: позволяет провести полный анализ сайта, узнать ошибки, и получить полезные советы по их устранению.

Поиск и анализ контента

GoogleAlerts — позволяет получать информацию по интересующей теме непосредственно на e-мэйл.

Достаточно ввести ключевые слова и настроить периодичность уведомлений, после чего вам будет подходить подборка всех статей рунета по выбранным темам.

Feedsby.net — мониторинг и анализ активности (ВК, FB и Instagram).

Инструменты автопостинга в социальные сети

Time2post.ru — дает возможность размещать посты одновременно в несколько социальных сетей (ВК, FB, Twitter).

Sociate.ru — предоставляет возможность бесплатно использовать автопостинг (ВК, ОК, FB).

Облачные хранилища с возможностью совместного доступа

ЯндексДиск, GoogleDrive.

Раздел 7. Проектирование системы цифровых коммуникаций организации

Аудит текущей системы коммуникаций организации, постановка долгосрочных целей и задач.

Разработка стратегии цифровых коммуникаций компании (выбор платформ, каналов и способов коммуникации, создание планконтента и медиаплана).

Создание или модернизация инструментов цифровых коммуникаций (сообщества, корпоративный блог, сайты, мобильные приложения, мессенджеры и т.д.).

Наполнение контентом сообществ, сайтов, блога, продвижение и привлечение внимания целевой аудитории.

Получение обратной связи от аудитории, корректировка и дальнейшая реализация стратегии.

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Коммуникации в организации: внутренние и внешние коммуникации и задачи рекламной и PR-деятельности.
2. Интернет как новая цифровая среда для ведения рекламной и PR-деятельности. Изменение характера коммуникаций в эпоху цифровых медиа.
3. Система коммуникаций компании в современной цифровой среде: основные цели, задачи и принципы организации.
4. Базовые устройства, платформы и программное обеспечение системы цифровых коммуникаций организации.
5. «Всемирная паутина» (WWW): web-страницы и их объединения – web-сайты как основные структурные информационные единицы интернета.
6. Двухуровневый подход к организации интернет-коммуникаций: внешняя реклама и сайт компании. Модели интернет-представительств: сайт-визитка, имиджевый сайт, корпоративный сайт, промо-сайт, портал, интернет-магазин.
7. Примеры и особенности сайтов организаций сферы образования, культуры и искусства.
8. Этапы создания сайта: аналитический этап, планирование, реализация (первичная, вторичная), оценка эффективности. Построение логической структуры сетевого ресурса. Элементы системы навигации. Разработка дизайна сайта. Информационное наполнение Web-ресурса.
9. Продвижение сайта. Рекламная поддержка off-line и on-line. SEO и контекстная реклама: основные принципы, технологии и программное обеспечение. Мобильная версия сайта.
10. Сайт компании как основной ресурс (и площадка) PR и рекламы в цифровой среде. Задачи, решаемые с помощью сайта: формирование (укрепление) имиджа (репутации), информирование, работа с целевыми аудиториями, брендинг/ребрендинг, реклама товаров и услуг, продажа товаров/предоставление услуг, лидогенерация, взаимодействие (обратная связь) с клиентами/покупателями и др.
11. Web 2.0 и социальные сети: понятие, типология, примеры.
12. Понятие и основные методы SMM (Social Media Marketing). «Молва» в социальных сетях. Вирусный маркетинг. Скрытый маркетинг. Ивенты и акции в социальных сетях.
13. Новые медиа (тематические сообщества, официальные представительства компаний, страницы известных людей и т.д.) как основной канал выстраивания системы интерактивных цифровых коммуникаций. Особенности новых медиа на платформах FB, VK, OK, Instagram.
14. Примеры и особенности новых медиа организаций сферы образования, культуры и искусства.
15. Технологические возможности новых медиа. Новостная лента, посты (текст) и репосты, комментарии, лайки, опросы, интеграция с мультимедийным контентом (изображения, инфографика, фото, видео, аудио) и web-ресурсами, интерактивные прямые трансляции и видеоконференции, мгновенные сообщения, таргетированная реклама, использование облачных сервисов.
16. Блоги в рекламе и связях с общественностью. Блог и блогосфера: определение понятий. Виды блогов. Блогосфера и СМИ.
17. Технологические возможности блогов. Блоги в Twitter и Instagram и их интерактивные и мультимедийные возможности. Videоблоги, подкасты и стримы: основные платформы и программное обеспечение.

18. Обратная связь в соцсетях и блогах: особенности, значение и методы выстраивания.
19. Мессенджеры: определение, основные функции, примеры, сходства и различия мессенджеров и соцсетей.
20. Мессенджеры как современная платформа для организации системы цифровых коммуникаций. Особенности использования мессенджеров в целях рекламы и PR. Группы и каналы в мессенджерах как мобильные интерактивные площадки для интегрированных маркетинговых коммуникаций. Диалоговая коммерция (conversation marketing) при помощи чат-ботов с использованием ИИ.
21. Примеры и особенности использования мессенджеров организациями сферы образования, культуры и искусства.
22. Технологические возможности мессенджеров. Лента новостей, посты (текст) и репосты, комментарии, лайки, интеграция с web-ресурсами, социальными сетями и блогами, мультимедиа-контент, комментарии, опросы, чат-боты, возможность прямого общения в чате, звонки через интернет и видеозвонки. Особенности наиболее популярных мессенджеров: WhatsApp, Viber и Telegram.
23. Мобильное приложение: определение, примеры.
24. Мобильное приложение в системе цифровых коммуникаций, в рекламной и PR-деятельности. Продвижение мобильных приложений. Реклама в мобильных приложениях.
25. Примеры и особенности использования мобильных приложений организациями сферы образования, культуры и искусства.
26. Обратная связь на мобильных платформах: особенности, значение и методы выстраивания.
27. Проектирование системы цифровых коммуникаций. Разработка концепции проекта. Аудит текущей системы коммуникаций организации, постановка долгосрочных целей и задач.
28. Разработка стратегии цифровых коммуникаций компании (выбор платформ, каналов и способов коммуникации, создание планконтента и медиаплана).
29. Создание или модернизация инструментов цифровых коммуникаций (сообщества, корпоративный блог, сайты, мобильные приложения, мессенджеры и т.д.). Наполнение контентом сообществ, сайтов, блога, продвижение и привлечение внимания целевой аудитории.
30. Получение обратной связи от аудитории, корректировка и дальнейшая реализация стратегии.

5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:

5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ОПК-2:

КРАТКИЙ ПЛАН ПРАКТИЧЕСКИХ (СЕМИНАРСКИХ) ЗАНЯТИЙ

Практические задания (**ПЗ**), выполняются на компьютере (кроме ПЗ 1), позволяют оценивать и диагностировать умения, синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей.

- **ПЗ 1** по теме «Система цифровых коммуникаций компании: основные принципы организации, базовые устройства, платформы и программное обеспечение»:

Представить подробную концепцию проекта системы цифровых коммуникаций для организации малого/среднего бизнеса (некоммерческой организации сферы образования/культуры/искусства, персоналии, онлайн-ресурса, события и т.п.). Разработать коммуникационную стратегию выбранной организации в цифровой среде. Обосновать как подбор тех или иных цифровых технологий будет способствовать достижению рекламных и PR целей проекта.

- **ПЗ 2** по теме «Технологии организации электронного документооборота компании и подготовки презентаций»:

Освоить методы подготовки массовых рассылок с помощью MSWord. Освоить эффективные методы создания интерактивных презентаций в MSPowerPoint.

Результат показать на экране компьютера.

- **ПЗ 3** по теме «Сайт компании как основа цифровых коммуникаций в интернет-пространстве»:

Освоить бесплатный онлайн-конструктор TILDA для создания сайта. Спроектировать и создать имиджевый сайт (меню с разделами для навигации по сайту – обязательно) для своего проекта и наполнить его контентом.

Результат протестировать на экране компьютера и на смартфоне.

- **ПЗ 4** по теме «Социальные сети и блоги в системе цифровых коммуникаций»:

Создать сообщества (связанные с ранее созданным сайтом) в двух или более (по необходимости) социальных сетях и заполнить их мультимедийным контентом. Создать YouTube-канал, связанный с сообществами, снять и выложить два-три видео для поддержки проекта.

Результат протестировать на экране компьютера и на смартфоне.

- **ПЗ 5** по теме «Мобильные платформы: использование мессенджеров и мобильных приложений в цифровой коммуникации»:

Создать канал в Telegram (если необходимо, можно дополнительно создать группу в WhatsApp), связанный с ранее созданными интернет-ресурсами. Заполнить его контентом. Спроектировать и создать в конструкторе продающие/информирующие чат-боты в Telegram и VK.

Результат протестировать на смартфоне.

- **ПЗ 6** по теме «Бесплатные онлайн-сервисы и web-программы, полезные для выстраивания системы цифровых коммуникаций»:

Интегрировать облачное хранилище (GoogleDrive или ЯндексДиск) в систему цифровых коммуникаций, загрузить необходимые файлы и предоставить ссылку для совместного доступа к ним пользователей любого ресурса.

Создать опрос (например, для изучения ЦА или как тизер для продвижения товаров/услуг и т.п.) в GoogleForms и разместить ссылку на него во всех созданных ресурсах.

Использовать другие бесплатные сервисы (один любой наиболее подходящий для проекта) для наполнения контентом ранее созданных ресурсов, для совместной онлайн-работы с документами, для автопостинга и аналитики.

Результат протестировать на экране компьютера и на смартфоне.

- **ПЗ 7** по теме «Проектирование системы цифровых коммуникаций организации»:

Оптимизировать в целом созданную ранее систему цифровых коммуникаций, максимально используя возможности всех платформ и каналов, и продемонстрировать результат на экране компьютера и на смартфоне.

- **ПЗ 7** по теме «Проектирование системы цифровых коммуникаций организации»:

Оптимизировать в целом созданную ранее систему цифровых коммуникаций, максимально используя возможности всех платформ и каналов, и продемонстрировать результат на экране компьютера и на смартфоне.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Практическое задание) для оценки сформированности компетенции ОПК ОС-5:

ПРИМЕРЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАДАНИЙ

Задание 1: «Блог как инструмент цифровой коммуникации»:

1 Рассмотреть наличие специальных блог-сервисов, созданных для работы:

- livejournal.com;
- my.ya.ru (Яндекс.Блог);
- LiveInternet.ru;
- blogs.mail.ru;

- diary.ru;
- blogspot.com.

2 Провести сравнительный анализ сервисов для создания блога (общее и различия).

3 Предложить проект блога.

4 Создать блог: личностный (групповой), коммуникативный, творческий.

5 Представить блог как инструмент коммуникаций.

Задание 2: «Деловая коммуникация в сети Интернет»

1 Проанализируйте взаимозависимость участников деловой коммуникации в сети Интернет на примере рекламной фирмы.

2 Объясните, как происходит процесс обмена информацией в сети Интернет с учетом обратной связи, шума и личностного смысла сообщения. Приведите пример.

3 Проведите сравнительный анализ деловой беседы и деловой дискуссии в сети Интернет. Каковы общие и отличительные черты данных форм деловой коммуникации в сети Интернет?

4 Какие требования предъявляются к оформлению различного вида делового письма, посылаемого по электронной почте?

Критерии оценивания (оценочное средство - Практическое задание)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	творческий креативный подход к выполнению задания, навыки и умения свободной работы на персональном компьютере, отличные знания всей совокупности компьютерных технологий, необходимых для выполнения задания, способность логично и правильно составить алгоритм выполнения практического задания, глубокое понимание связи цифровых технологий и коммуникационной стратегии разрабатываемого проекта
отлично	самостоятельность выполнения задания, навыки и умения свободной работы на персональном компьютере, отличные знания всей совокупности компьютерных технологий, необходимых для выполнения задания, способность логично и правильно составить алгоритм выполнения практического задания, понимание связи цифровых технологий и коммуникационной стратегии разрабатываемого проекта
очень хорошо	самостоятельность выполнения задания, навыки и умения свободной работы на персональном компьютере, отличные знания всей совокупности компьютерных технологий, необходимых для выполнения задания, способность логично и правильно составить алгоритм выполнения

Оценка	Критерии оценивания
	практического задания, учет связи цифровых технологий и коммуникационной стратегии разрабатываемого проекта
хорошо	самостоятельность выполнения задания, хорошие навыки и умения при работе на компьютере, хорошие знания совокупности компьютерных технологий, необходимых для выполнения задания, способность правильно составить план выполнения практического задания, учет связи цифровых технологий и коммуникационной стратегии разрабатываемого проекта
удовлетворительно	задания, обнаруживает недостаточно глубокое понимание основного материала учебной программы, слабое понимание связи цифровых технологий и коммуникационной стратегии разрабатываемого проекта
неудовлетворительно	отсутствуют необходимые теоретические и практические знания и умения; незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки при попытке выполнения задания, непонимание связи цифровых технологий и коммуникационной стратегии разрабатываемого проекта
плохо	отсутствие практических навыков работы на компьютере, задание не выполнено

5.1.3 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ОПК-2:

ПРИМЕРЫ ТЕСТОВ с выбором правильного ответа

1 Термин «коммуникация» появился в научной литературе

А) в начале XX в.

Б) в начале XXI в.

В) в конце XIX в.

2 Обмен информацией между людьми – это

А) коммуникативная сторона общения

Б) интерактивная сторона общения

В) перцептивная сторона общения

3 Механизм самопознания в процессе общения, в основе которого лежит способность

человека представлять, как он воспринимается партнером по общению– это

А) эмпатия

Б) рефлексия

В) идентификация

5.1.4 Типовые задания (оценочное средство - Тест) для оценки сформированности компетенции ОПК ОС-5:

ПРИМЕРЫ ТЕСТОВ на установление соответствия

1. Соотнесите сферы коммуникации с жанрами коммуникации:

1) Учебная сфера	А) Проповедь, исповедь
2) Деловая сфера	Б) Собрание, банкет
3) Религиозная сфера	В) Семинар, лекция
4) Научная сфера	Г) Доклад, сообщение

ПРИМЕРЫ ТЕСТОВ на установление правильной последовательности

1. Укажите правильную последовательность действий для организации совместной работы с документами, находящимися в облачном хранилище:

1. Настроить доступ к документу
2. Создать документ в облачном хранилище или загрузить документ для совместной работы
3. Войти в свой аккаунт в облачном хранилище
4. Открыть браузер
5. Разослать информацию о месте расположения документа (ссылку на документ)

Критерии оценивания (оценочное средство - Тест)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	96 – 100%
отлично	86 – 95%
очень хорошо	76 – 85%

Оценка	Критерии оценивания
хорошо	61 – 75%.
удовлетворительно	41 – 60%
неудовлетворительно	21 – 40%
плохо	0 – 20%

5.1.5 Типовые задания (оценочное средство - Сообщение на практических занятиях) для оценки сформированности компетенции ОПК ОС-5:

ТЕМЫ ДЛЯ СООБЩЕНИЙ НА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЯХ

1. Особенности рекламных и PR технологий для организаций сферы образования, культуры и искусства.
2. Цифровые коммуникации организаций сферы образования, культуры и искусства: основные устройства, каналы, платформы, программное обеспечение, контент.
3. Примеры и особенности сайтов организаций сферы образования, культуры и искусства.
4. Примеры и особенности новых медиа организаций сферы образования, культуры и искусства.
5. Примеры и особенности использования мессенджеров организациями сферы образования, культуры и искусства.
6. Примеры и особенности использования мобильных приложений организациями сферы образования, культуры и искусства.
7. Типовая модель системы цифровых коммуникаций организации сферы образования, культуры и искусства.

Критерии оценивания (оценочное средство - Сообщение на практических занятиях)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	тема сообщения раскрыта, на примерах подчеркнута связь теоретических аспектов цифровых коммуникаций (как совокупности ИКТ и технологий рекламы и PR) с практической реализацией в онлайн-среде
не зачтено	тема сообщения не раскрыта

5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено		зачтено				
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными и несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач

Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой

	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Проект) для оценки сформированности компетенции ОПК-2

ИТОГОВЫЙ ПРОЕКТ

Студенты в подгруппах из 3 человек должны разработать и, в итоге, представить **проект системы цифровых коммуникаций** для организации малого/среднего бизнеса (некоммерческой организации сферы образования/культуры/искусства, персоналии, онлайн-ресурса, события и т.п.).

1) Разработать коммуникационную стратегию выбранной организации в цифровой среде, поставить конкретные цели и задачи как с точки зрения маркетинговых коммуникаций, так и с точки зрения использования необходимых информационных компьютерных технологий. Привести подробное обоснование того, как выбор тех или иных цифровых технологий будет способствовать достижению рекламных и PR целей проекта.

2) Проект системы цифровых коммуникаций **обязательно** должен включать в себя следующие интернет-ресурсы:

- имиджевый сайт в конструкторе TILDA (меню сайта – обязательно);
- два сообщества в двух разных соцсетях;
- канал в Telegram (если необходимо, можно дополнительно создать группу в WhatsApp);
- YouTube-канал с двумя-тремя роликами;
- продающие/информирующие чат-боты в Telegram и VK;
- облачное хранилище (GoogleDrive или ЯндексДиск) с необходимыми файлами и ссылкой для совместного доступа к ним пользователей любого ресурса;
- опрос в GoogleForms со ссылкой на него во всех созданных ресурсах.

3) Все ресурсы должны быть взаимосвязанными, с возможностью перехода из любого ресурса на любой другой и обратно.

В ходе итогового занятия студенты должны продемонстрировать готовый проект как на экране в аудитории, так и на смартфонах и ответить на вопросы и критические замечания преподавателя и всех присутствующих.

В ходе итогового занятия студенты должны продемонстрировать готовый проект как на экране в аудитории, так и на смартфонах и ответить на вопросы и критические замечания преподавателя и всех присутствующих.

ТЕМЫ ПРОЕКТОВ

1. Проект системы цифровых коммуникаций библиотеки.
2. Проект системы цифровых коммуникаций музея.
3. Проект системы цифровых коммуникаций театра.
4. Проект системы цифровых коммуникаций кинотеатра.
5. Проект системы цифровых коммуникаций галереи современного искусства.
6. Проект системы цифровых коммуникаций музыкальной школы.
7. Проект системы цифровых коммуникаций периодического события (например, биеннале, музыкальный фестиваль, кинофестиваль и т.п.).
8. Проект системы цифровых коммуникаций экскурсионного бюро.

Критерии оценивания (оценочное средство - Проект)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	творческий креативный подход к выполнению, оригинальный самостоятельный проект, хорошие знания всей совокупности компьютерных технологий, и методов рекламы и PR, необходимых для выполнения, логично и правильно составленная концепция проекта, глубокое понимание связи цифровых технологий и коммуникационной стратегии разрабатываемого проекта, высокий уровень итоговой презентации
не зачтено	слабый несамостоятельный плохо разработанный проект, недостаточные знания компьютерных технологий, и методов рекламы и PR, необходимых для выполнения проекта, отсутствие понимания связи цифровых технологий и коммуникационной стратегии разрабатываемого проекта, низкий уровень итоговой презентации

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ОПК ОС-5

Контрольные вопросы для зачета по дисциплине приведены выше, в разделе 4. "Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся".

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	хорошее знание теоретических и практических аспектов тематики вопроса, свободное владение терминологией, понимание необходимости связи коммуникационных и цифровых технологий при проектировании современных онлайн-ресурсов
не зачтено	незнание теоретических и практических основ тематики вопроса, слабое владение терминологией, отсутствие понимания необходимости связи коммуникационных и цифровых технологий при проектировании современных онлайн-ресурсов

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Хуссейн Инга Джумшудовна. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие для вузов / И. Д. Хуссейн. - Москва : Юрайт, 2024. - 68 с. - (Высшее образование). - URL: <https://urait.ru/bcode/544594> (дата обращения: 15.08.2024). - ISBN 978-5-534-15010-0 : 299.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=902836&idb=0>.
2. Гаврилов Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебное пособие / Л. П. Гаврилов. - 5-е изд. ; пер. и доп. - Москва : Юрайт, 2023. - 563 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15921-9. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=870831&idb=0>.
3. Баркович А. А. Реклама в Интернете : учебное пособие для вузов / Баркович А. А. - Санкт-Петербург : Лань, 2024. - 212 с. - Книга из коллекции Лань - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-507-49401-9., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=900276&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Годин А.А. Интернет-реклама : Учебное пособие. - 2-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012. - 168 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-394-00465-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=594150&idb=0>.
2. Николаева М. А. Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг / Николаева М. А. - Екатеринбург : УрГПУ, 2017. - 166 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции УрГПУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-7186-0867-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=747042&idb=0>.
3. Москалев С. М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 менеджмент / Москалев С. М. - Санкт-Петербург : СПбГАУ, 2018. - 99 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции СПбГАУ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=779093&idb=0>.
4. Интернет-журналистика и интернет-реклама / Шпаковский В.О., Розенберг Н.В., Егорова Е.С. - Москва : Инфра-Инженерия, 2018., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=656669&idb=0>.

5. Николаева М. А. Интернет-реклама в продвижении товаров и услуг / Николаева М. А. - Екатеринбург : УрГПУ, 2017. - 166 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции УрГПУ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-7186-0867-0., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=747042&idb=0>.

Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ

1. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система Консультант Плюс;
2. <http://www.garant.ru> - Справочно-правовая система Гарант.

ПЕРЕЧЕНЬ ЭЛЕКТРОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ

1. ЭБС «Znaniy.com» - <https://znaniy.com>
2. ЭБС «Юрайт» - <https://urait.ru>
3. ЭБС «Университетская библиотека online» - <http://biblioclub.ru>
4. НЭБ «eLIBRARY» - <http://elibrary.ru>

ПЕРЕЧЕНЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БАЗ ДАННЫХ

1. <http://www.gks.ru/> - Базы данных официальной статистики: Федеральная служба государственной статистики.
2. <https://fedstat.ru/> - Единая межведомственная информационно – статистическая система (ЕМИСС).

ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Новости рекламы и маркетинга <http://www.sostav.ru/>
2. Российская Государственная Библиотека: <http://www.rsl.ru>
3. Сайт профессионалов торговой деятельности <http://www.retail.ru>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 51.03.01 - Культурология.

Автор(ы): Белянцев Алексей Евгеньевич, кандидат физико-математических наук, доцент.

Рецензент(ы): Кузнецова Наталия Алексеевна, кандидат политических наук.

Заведующий кафедрой: Рыжов Игорь Валерьевич, доктор исторических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 10.05.2023, протокол № 11.