

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 от
«___» _____ 20__ г. № ___

Рабочая программа дисциплины
Б1.О.25 Цифровые коммуникации

Уровень высшего образования
бакалавриат

Направление подготовки (специальность)
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Направленность образовательной программы
Профиль: *«Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции»*

Форма обучения
Очная, заочная

Нижний Новгород
2022

1. Место и цель дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.О.25 «Цифровые коммуникации» относится к обязательной части ООП бакалавриата по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

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	
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	<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 	Собеседование, задание реконструктивного уровня
	ОПК-6.2. (по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью») Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	<ul style="list-style-type: none"> • знать основные современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение, используемые в профессиональной деятельности • 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 	Собеседование, задание реконструктивного уровня

3. Структура и содержание дисциплины

3.1. Трудоемкость дисциплины

	очная форма обучения	заочная форма обучения
Общая трудоемкость	2 ЗЕТ	2 ЗЕТ
Часов по учебному плану	72	72
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		
-занятия лекционного типа	14	6
-занятия семинарского типа	14	2
самостоятельная работа	43	63
Промежуточная аттестация –зачет	1	1

3.2. Содержание дисциплины

Очная форма обучения

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	В том числе					Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы					
		из них					
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Занятия лабораторного типа	Консультации	Всего	
РАЗДЕЛ 1. Система цифровых коммуникаций компании: основные принципы организации, базовые устройства, платформы и программное обеспечение	10	2	2			4	6
РАЗДЕЛ 2. Технологии организации электронного документооборота компании и подготовки презентаций	10	2	2			4	6
РАЗДЕЛ 3. Сайт компании как основа цифровых коммуникаций в интернет-пространстве	10	2	2			4	6
РАЗДЕЛ 4. Социальные сети и блоги в системе цифровых коммуникаций	10	2	2			4	6
РАЗДЕЛ 5. Мобильные платформы: использование мессенджеров и мобильных приложений в цифровой коммуникации	10	2	2			4	6
РАЗДЕЛ 6. Бесплатные онлайн-сервисы и web-программы, полезные для выстраивания системы цифровых коммуникаций	10	2	2			4	6
РАЗДЕЛ 7.Проектирование системы цифровых коммуникаций организации	11	2	2			4	7
Итого:	71	14	14			28	43

Заочная форма обучения

Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	В том числе					Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы					
		из них					
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	Занятия лабораторного типа	Консультации	Всего	
РАЗДЕЛ 1. Система цифровых коммуникаций компании: основные принципы организации, базовые устройства, платформы и программное обеспечение	36	4	1			5	32
РАЗДЕЛ 2. Технологии организации электронного документооборота компании и подготовки презентаций							
РАЗДЕЛ 3. Сайт компании как основа цифровых коммуникаций в интернет-пространстве							
РАЗДЕЛ 4. Социальные сети и блоги в системе цифровых коммуникаций							
РАЗДЕЛ 5. Мобильные платформы: использование мессенджеров и мобильных приложений в цифровой коммуникации	35	2	1			3	31
РАЗДЕЛ 6. Бесплатные онлайн-сервисы и web-программы, полезные для выстраивания системы цифровых коммуникаций							
РАЗДЕЛ 7.Проектирование системы цифровых коммуникаций организации							
Итого:	71	6	2			8	63

Текущий контроль успеваемости студентов осуществляется на практических занятиях (занятиях семинарского типа).

Промежуточная аттестация проходит в традиционных формах (зачет).

3.2.1. Содержание разделов 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 листовок, 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

Двухуровневый подход к организации интернет-коммуникаций: внешняя реклама и сайт компании. Модели интернет-представительств: сайт-визитка, 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.

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.

Раздел 4. Социальные сети и блоги в системе цифровых коммуникаций

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

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

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.

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 WhatsApp, Viber и Telegram.

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.

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:

- **PixlrEditor** — онлайн инструмент работы с фото. По функционалу близок к Фотошопу;
- **PixlrExpress** — 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.

Cy-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.

Feedspy.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 привлечения внимания целевой аудитории.

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

4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Контроль самостоятельной работы (КСР) студентов осуществляется на практических (семинарских) занятиях. КСР включает устный опрос в ходе занятий, в рамках тем, указанных в п.3.2.1. данной программы, а также выполнение практических заданий на компьютере.

Уровень усвоения дисциплины на положительную оценку предполагает посещение не менее половины семинарских занятий и успешное выполнение не менее половины предусмотренных форм КСР. В случае невыполнения названных требований и отказа от отработки текущей задолженности в установленное время студент не допускается к сдаче зачета.

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 5.2.

5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

Уровень сформированно	Шкала оценивания сформированности компетенций						
	плохо	неудовлетвор	удовлетворит	хорошо	очень	отлично	превосходно

сти компетенций (индикатора достижения компетенций)		ительно	ельно		хорошо		
	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, без ошибок	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 отдельным и несущественным недочетом, 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 владения материалом. 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 оценки при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	Превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно»
	Отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично»
	Очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо»

	Хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «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», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо»
	Плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

5.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения

5.2.1. Планы практических (семинарских) занятий

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

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.

Семинар 2. Технологии организации электронного документооборота компании и подготовки презентаций

1. Текстовый процессор MicrosoftWord 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 листовок, фолдеров, презентационных буклетов и пр.
2. Программа MicrosoftPowerPoint. Интерфейс программы. Информационная поддержка подготовки к презентации, реализованная в программе MicrosoftPowerPoint. Компьютерная поддержка презентации, реализованная в программе MicrosoftPowerPoint. Рекомендации по созданию интерактивных презентаций.

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

1. Двухуровневый подход к организации интернет-коммуникаций: внешняя реклама и сайт компании. Модели интернет-представительств: сайт-визитка, корпоративный сайт,

- промо-сайт, портал, интернет-магазин.
2. 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.
 3. Язык HTML, DHTML, каскадные таблицы стилей CSS. Использование языка Javascript при создании динамических web-страниц. Специализированные редакторы. Редактор Adobe Dreamweaver. Бесплатные конструкторы сайтов.
 4. Продвижение сайта. Рекламная поддержка off-line и on-line. SEO и контекстная реклама: основные принципы, технологии и программное обеспечение. Мобильная версия сайта.

Семинар 4. Социальные сети и блоги в системе цифровых коммуникаций

1. Понятие и основные методы SMM (Social Media Marketing). «Молва» в социальных сетях. Вирусный маркетинг. Скрытый маркетинг. Эвенты в социальных сетях.
2. 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.
3. 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.
4. Блоги в рекламе и связях с общественностью. Блог и блогосфера: определение понятий. Виды блогов. Блогосфера и СМИ.
5. Технологические возможности блогов. Блоги в Twitter и Instagram и их интерактивные и мультимедийные возможности. Видеоблоги, подкасты и стримы: основные платформы и программное обеспечение.

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

1. 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.
2. 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 WhatsApp, Viber и Telegram.
3. Мобильное приложение в системе цифровых коммуникаций, в рекламной и PR-деятельности. Продвижение мобильных приложений. Реклама в мобильных приложениях.
4. 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.

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

1. Онлайн-офис

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

2. Работа с фото и видео

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

PixlrEditor — онлайн инструмент работы с фото. По функционалу близок кФотошопу;

PixlrExpress — 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 –созданиеэкринкастов (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.

3. 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.

4. Поиск и анализ контента

GoogleAlerts —позволяет получать информацию по интересующей теме непосредственно на е-мэйл. Достаточно ввести ключевые слова и настроить периодичность уведомлений, после чего вам будет подходить подборка всех статей рунета по выбранным темам.

Feedspy.net — мониторинганаализактивности (ВК, FB и Instagram).

5. 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).

6. Облачные хранилища с возможностью совместного доступа

ЯндексДиск, GoogleDrive.

Семинар 7. Проектирование системы цифровых коммуникаций организации

1. Аудит текущей системы коммуникаций организации, постановка долгосрочных целей и задач.
2. Разработка стратегии цифровых коммуникаций компании (выбор платформ, каналов и

- способов коммуникации, создание планконтента и медиаплана).
3. Создание или модернизация инструментов цифровых коммуникаций (сообщества, корпоративный блог, сайты, мобильные приложения, мессенджеры и т.д.).
 4. Наполнение контентом сообществ, сайтов, блога, продвижение и привлечения внимания целевой аудитории.
 5. Получение обратной связи от аудитории, корректировка и дальнейшая реализация стратегии.

5.2.2. Контрольные вопросы

Вопрос	Код формируемой компетенции
1. Коммуникации в организации: внутренние и внешние коммуникации и задачи рекламной и PR-деятельности.	ОПК-6
2. Интернет как новая цифровая среда для ведения рекламной и PR-деятельности. Изменение характера коммуникаций в эпоху цифровых медиа.	ОПК-6
3. Система коммуникаций компании в современной цифровой среде: основные цели, задачи и принципы организации.	ОПК-6
4. Базовые устройства, платформы и программное обеспечение системы цифровых коммуникаций организации.	ОПК-6
5. Текстовый процессор MicrosoftWord 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.	ОПК-6
6. Программа MicrosoftPowerPoint. Интерфейс программы. Информационная поддержка подготовки к презентации, реализованная в программе MicrosoftPowerPoint. Компьютерная поддержка презентации, реализованная в программе MicrosoftPowerPoint. Рекомендации по созданию интерактивных презентаций.	ОПК-6
7. Двухуровневый подход к организации интернет-коммуникаций: внешняя реклама и сайт компании. Модели интернет-представительств: сайт-визитка, корпоративный сайт, промо-сайт, портал, интернет-магазин.	ОПК-6
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.	ОПК-6
9. Язык HTML, DHTML, каскадные таблицы стилей CSS. Использование языка Javascript при создании динамических web-страниц. Специализированные редакторы. Редактор AdobeDreamweaver. Бесплатные конструкторы сайтов.	ОПК-6
10. Продвижение сайта. Рекламная поддержка off-line и on-line. SEO и контекстная реклама: основные принципы, технологии и	ОПК-6

программное обеспечение. Мобильная версия сайта.	
11. Понятие и основные методы SMM (SocialMediaMarketing). «Молва» в социальных сетях. Вирусный маркетинг. Скрытый маркетинг. Эвенты в социальных сетях.	ОПК-6
12. Социальные медиа (тематические сообщества, официальные представительства компаний, страницы известных людей и т.д.) как основной канал выстраивания системы интерактивных цифровых коммуникаций. Особенности социальных медиа на платформах FB, VK, OK, Instagram.	ОПК-6
13. Технологические возможности социальных 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.	ОПК-6
14. Блоги в рекламе и связях с общественностью. Блог и блогосфера: определение понятий. Виды блогов. Блогосфера и СМИ.	ОПК-6
15. Технологические возможности блогов. Блоги в Twitter и Instagram и их интерактивные и мультимедийные возможности. Влогблоги, подкасты и стримы: основные платформы и программное обеспечение.	ОПК-6
16. 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.	ОПК-6
17. 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 WhatsApp, Viber и Telegram.	ОПК-6
18. Мобильное приложение в системе цифровых коммуникаций, рекламной и PR-деятельности. Продвижение мобильных приложений. Реклама в мобильных приложениях.	ОПК-6
19. 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.	ОПК-6
20. Онлайн-офис. Бесплатные онлайн-сервисы.	ОПК-6
21. Работа с фото и видео. Бесплатные web-программы.	ОПК-6
22. Бесплатные сервисы для продвижения сайта (SEO-анализ и др.).	ОПК-6
23. Поиск и анализ контента. Бесплатные онлайн-сервисы.	ОПК-6
24. Инструменты автопостинга в социальные сети. Бесплатные онлайн-сервисы.	ОПК-6
25. Облачные хранилища с возможностью совместного доступа.	ОПК-6
26. Аудит текущей системы коммуникаций организации, постановка долгосрочных целей и задач.	ОПК-6
27. Разработка стратегии цифровых коммуникаций компании (выбор платформ, каналов и способов коммуникации, создание	ОПК-6

планконтента и медиаплана).	
28. Создание или модернизация инструментов цифровых коммуникаций (сообщества, корпоративный блог, сайты, мобильные приложения, мессенджеры и т.д.).	ОПК-6
29. Наполнение контентом сообществ, сайтов, блога, продвижение и привлечения внимания целевой аудитории.	ОПК-6
30. Получение обратной связи от аудитории, корректировка и дальнейшая реализация стратегии.	ОПК-6

5.2.3. Типовые задания для оценки сформированности компетенции ОПК-6

Для оценивания результатов обучения в виде **сформированности знаний по компетенции ОПК-6** используются устные ответы на вопросы для обсуждения на семинарах (см. п. 5.2.1.) и для итогового контроля на зачете (см. п. 5.2.2.), касающиеся знаний, понятий, технологий и т.п. в рамках тематики курса.

Для оценивания результатов обучения в виде **сформированности умений и навыков по компетенции ОПК-6** используются **практические контрольные задания (ПКЗ)**, выполняемые на компьютере, соответствующие теме данного практического (семинарского) занятия

Практические контрольные задания (ПКЗ), выполняемые на компьютере, относятся к заданиям реконструктивного уровня, позволяющим оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей.

- ПКЗ 1 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.

- ПКЗ 2 по теме «Сайт компании как основа цифровых коммуникаций в интернет-пространстве»: освоить бесплатный онлайн-конструктор для создания сайта. Создать небольшой сайт и заполнить его контентом.

- ПКЗ 3 по теме «Социальные сети и блоги в системе цифровых коммуникаций»: создать сообщество (интегрированное с ранее созданным сайтом) в нескольких социальных сетях и заполнить его мультимедийным контентом, так же создать YouTube-канал, связанный с сообществом.

- ПКЗ 4 по теме «Мобильные платформы: использование мессенджеров и мобильных приложений в цифровой коммуникации»: создать канал в Telegram и группы в WhatsApp и в Viber, интегрированные с ранее созданными интернет-ресурсами. Заполните их контентом. Создать чат-бот.

- ПКЗ 5 по теме «Бесплатные онлайн-сервисы и web-программы, полезные для выстраивания системы цифровых коммуникаций»: используйте бесплатные сервисы для наполнения контентом ранее созданных ресурсов, для совместной онлайн-работы с документами, для автопостинга и аналитики.

- ПКЗ 6 по теме «Проектирование системы цифровых коммуникаций организации»: оптимизируйте созданную ранее систему цифровых коммуникаций, максимально используя возможности всех платформ и каналов, и продемонстрируйте ее возможности.

Оценка	Критерии оценивания ПКЗ
«5» (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
«4» (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
«3» (удовлетворительно)	студент обладает неполными знаниями, умениями и навыками работы на компьютере, допускает неточности при выполнении задания, обнаруживает недостаточно глубокое понимание основного материала учебной программы
«2» (неудовлетворительно)	отсутствуют необходимые теоретические и практические знания и умения; незнание основного материала учебной программы, допускаются грубые ошибки при попытке выполнения задания

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

а) основная литература:

1. Воробьева Т.А., Компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью [Электронный ресурс]: учеб.-метод. пособие / Воробьева Т.А. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2021. - 88 с. - ISBN 978-5-7782-1882-6 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785778218826.html>
2. Алашкин П., Всё о рекламе и продвижении в Интернете [Электронный ресурс] / Алашкин П. - М. : Альпина Паблишер, 2017. - 220 с. - ISBN 978-5-9614-1055-6 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961410556.html>
3. Гаврилов Л.П., Мобильные телекоммуникации в электронной коммерции и бизнесе [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Л.П. Гаврилов, С.В. Соколов. - М. : Финансы и статистика, 2017. - 336 с. - ISBN 5-279-03039-2 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5279030392.html>
4. Чумиков А., PR в Интернете: Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 [Электронный ресурс] / Чумиков А., Бочаров М., Тишкова М. - М. : Альпина Паблишер, 2018. - ISBN 978-5-9614-2051-7 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961420517.html>

б) дополнительная литература:

1. Современное медиапространство России: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] / Дзялошинский И.М. - М. : Аспект Пресс, 2017. - <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756708905.html>
2. Савельев А.И., Электронная коммерция в России и за рубежом: правовое регулирование [Электронный ресурс] / А.И. Савельев. - М. : Статут, 2019. - 543 с. - ISBN 978-5-8354-1018-7 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785835410187.html>
3. Лукина М.М., Интернет-СМИ: Теория и практика [Электронный ресурс] : Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М.М. Лукиной. - М. : Аспект Пресс, 2018. - 348 с. - ISBN 978-5-7567-0542-3 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705423.html>

4. Годин А.А., Интернет-реклама [Электронный ресурс] / Годин А.А. - М. : Дашков и К, 2019. - 168 с. - ISBN 978-5-394-00465-0 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394004650.html>
5. Прохорова М.В., Организация работы интернет-магазина [Электронный ресурс] / Прохорова М. В. - М. : Дашков и К, 2020. - 336 с. - ISBN 978-5-394-02405-4 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394024054.html>
6. Сигель Э., Просчитать будущее: Кто кликнет, купит, соврет или умрет [Электронный ресурс] / Эрик Сигель ; Пер. с англ. - М. : Альпина Паблишер, 2020. - 374 с. - ISBN 978-5-9614-4541-1 - Режим доступа: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961445411.html>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения: ноутбук для презентаций, проектор, интерактивная доска.

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
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Автор: _____ доц. Белянцев А.Е.
Рецензент: _____ доц. Сафронова О.В.
Заведующий кафедрой: _____ проф. Рыжов И.В.

Программа одобрена на заседании методической комиссии ИМОМИ ННГУ
от «__» _____ 20__ года, протокол № _____