

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 президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

Рабочая программа дисциплины

Цифровые коммуникации

Уровень высшего образования

Бакалавриат

Направление подготовки / специальность

42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность образовательной программы

Реклама и связи с общественностью в политике и коммерции

Форма обучения

очная, заочная

г. Нижний Новгород

2024 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-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 ОПК-6.2: Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	ОПК-6.1: 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-6.2: знать основные современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение, используемые в профессиональной деятельности • уметь решать	Практическое задание Сообщение на практических занятиях	Экзамен: Проект

		<p>стандартные задачи по организации системы цифровых коммуникаций организации</p> <ul style="list-style-type: none"> • владеть навыками выстраивания системы цифровых коммуникаций организации с использованием современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения 		
--	--	---	--	--

3. Структура и содержание дисциплины

3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная	заочная
Общая трудоемкость, з.е.	3	3
Часов по учебному плану	108	108
в том числе		
аудиторные занятия (контактная работа):		
- занятия лекционного типа	16	4
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	16	2
- КСР	2	2
самостоятельная работа	38	91
Промежуточная аттестация	36 Экзамен	9 Экзамен

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	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0	0 Ф 0	3 Ф 0
РАЗДЕЛ 1. Система цифровых коммуникаций компании: основные принципы организации, базовые устройства, платформы и программное обеспечение	9	13.5	2	0.5	2	0	4	0.5	5	13
РАЗДЕЛ 2. Технологии организации электронного документооборота компании и подготовки презентаций	9	13.5	2	0.5	2	0	4	0.5	5	13

РАЗДЕЛ 3. Сайт компании как основа цифровых коммуникаций в интернет-пространстве	10	14.5	2	0.5	2	1	4	1.5	6	13
РАЗДЕЛ 4. Социальные сети и блоги в системе цифровых коммуникаций	10	13.5	2	0.5	2	0	4	0.5	6	13
РАЗДЕЛ 5. Мобильные платформы: использование мессенджеров и мобильных приложений в цифровой коммуникации	14	15	4	1	4	1	8	2	6	13
РАЗДЕЛ 6. Бесплатные онлайн-сервисы и web-программы, полезные для выстраивания системы цифровых коммуникаций	9	13.5	2	0.5	2	0	4	0.5	5	13
РАЗДЕЛ 7. Проектирование системы цифровых коммуникаций организации	9	13.5	2	0.5	2	0	4	0.5	5	13
Аттестация	36	9								
КСР	2	2					2	2		
Итого	108	108	16	4	16	2	34	8	38	91

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 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.

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.

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 AdobeDreamweaver. 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

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

Понятие и основные методы SMM (SocialMediaMarketing). «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.

Диалоговая коммерция с использованием систем ИИ. Чат-боты в мессенджерах: основные функции, возможности и сферы применения. Онлайн-конструкторы чат-ботов.

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.

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

Cy-pt.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 е-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.

Темы для сообщений на практических занятиях

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. 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.
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.
7. Двухуровневый подход к организации интернет-коммуникаций: внешняя реклама и сайт компании. Модели интернет-представительств: сайт-визитка, корпоративный сайт, промо-сайт, портал, интернет-магазин.
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. Язык HTML, DHTML, каскадные таблицы стилей CSS. Использование языка Javascript при создании динамическихweb-страниц. Специализированные редакторы. Редактор AdobeDreameweaver. Бесплатные конструкторы сайтов.
10. Продвижение сайта. Рекламная поддержка off-line и on-line. SEO и контекстная реклама: основные принципы, технологии и программное обеспечение. Мобильная версия сайта.
11. Понятие и основные методы SMM (SocialMediaMarketing). «Молва» в социальных сетях. Вирусный маркетинг. Скрытый маркетинг. Эвенты в социальных сетях.
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.
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.

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

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

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.

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.

18. Мобильное приложение в системе цифровых коммуникаций, рекламной и PR-деятельности. Продвижение мобильных приложений. Реклама в мобильных приложениях.

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.

20. Онлайн-офис. Бесплатные онлайн-сервисы.

21. Работа с фото и видео. Бесплатные web-программы.

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

23. Поиск и анализ контента. Бесплатные онлайн-сервисы.

24. Инструменты автопостинга в социальные сети. Бесплатные онлайн-сервисы.

25. Облачные хранилища с возможностью совместного доступа.

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

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

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

29. Наполнение контентом сообществ, сайтов, блога, продвижение и привлечения 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-6:

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, 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 MS PowerPoint.

- ПЗ 3 по теме «Сайт компании как основа цифровых коммуникаций в интернет-пространстве»: Освоить бесплатный онлайн-конструктор для создания сайта. Спроектировать и создать сайт для своего проекта и заполнить его контентом.

- ПЗ 4 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, также создать YouTube-канал, связанный с сообществом.

- ПЗ 5 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. Спроектировать и создать чат-бот.

- ПЗ 6 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.

- ПЗ 7 по теме «Проектирование системы цифровых коммуникаций организации»: Оптимизируйте созданную ранее систему цифровых коммуникаций, максимально используя возможности всех платформ и каналов, и продемонстрируйте ее возможности.

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

Оценка	Критерии оценивания
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 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

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Сообщение на практических занятиях) для оценки сформированности компетенции ОПК-6:

Темы для сообщений студентов на практических занятиях приведены выше, в разделе 4. "Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся".

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

Оценка	Критерии оценивания
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	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

			недочетами				
--	--	--	------------	--	--	--	--

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-6

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

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 способствует достижению рекламных и PR целей проекта.

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.

Критерии оценивания (оценочное средство - Проект)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	творческий креативный подход к выполнению, нетривиальный оригинальный проект, превосходные 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, высочайший уровень итоговой презентации
отлично	творческий подход к выполнению, очень интересный проект, отличные знания всей совокупности компьютерных технологий, и методов рекламы и PR, необходимых для выполнения проекта, логично и правильно составленная концепция проекта, глубокое понимание связи цифровых технологий и коммуникационной стратегии разрабатываемого проекта, отличный уровень итоговой презентации
очень хорошо	самостоятельный подход к выполнению, интересный проект, отличные знания совокупности компьютерных технологий, и методов рекламы и PR, необходимых для выполнения проекта, логично и правильно составленная концепция проекта, глубокое понимание связи цифровых технологий и коммуникационной стратегии разрабатываемого проекта, отличный уровень итоговой презентации
хорошо	самостоятельность выполнения, достаточно интересный проект, хорошие знания компьютерных технологий, и методов рекламы и PR, необходимых для выполнения проекта, логично составленная концепция проекта, хорошее понимание связи цифровых технологий и коммуникационной стратегии разрабатываемого проекта, высокий уровень итоговой презентации
удовлетворительно	недостаточно оригинальный слабо проработанный проект, достаточные знания компьютерных технологий, и методов рекламы и PR, необходимых для выполнения проекта, не вполне логичная концепция проекта, недостаточное понимание связи цифровых технологий и коммуникационной стратегии разрабатываемого проекта, невысокий уровень итоговой презентации
неудовлетворительно	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
плохо	полное непонимание задания для проекта, проект не выполнен

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

Основная литература:

1. Мобильные телекоммуникации в электронной коммерции и бизнесе / Гаврилов Л.П., Соколов С.В. - Москва : Финансы и статистика, 2006., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=635021&idb=0>.
2. Интернет-реклама и pr : метод. указания к практическим занятиям. - Сочи : СГУ, 2020. - 42 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции СГУ - Экономика и менеджмент., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=755356&idb=0>.
3. Васильев Геннадий Анатольевич. Электронный бизнес и реклама в Интернете : Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080111 «Маркетинг», 080301 «Коммерция (торговое дело)»; Учебное пособие. - Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 183 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-238-01346-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=593504&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 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью.

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 29.11.2023, протокол № 15.