

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

Маркетинговые коммуникации в игровой индустрии

Уровень высшего образования

Магистратура

Направление подготовки / специальность

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью

Направленность образовательной программы

Медиаменеджмент в политике и бизнесе

Форма обучения

очная

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 Маркетинговые коммуникации в игровой индустрии относится к части, формируемой участниками образовательных отношений 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
УК-3: Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1: Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели УК-3.2: Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели	УК-3.1: Знать: как организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели Уметь: определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе Владеть: навыками определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе УК-3.2: Знать: как осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды Уметь: осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивать идеи других членов команды Владеть: навыками осуществления обменом информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивания идеи других членов команды	Проект	Зачёт: Контрольные вопросы
ПК-1: Способен осуществлять авторскую деятельность по	ПК-1.1: Создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом	ПК-1.1: Знать: методы создания текстов рекламы и связей с общественностью любого	Проект	Зачёт: Контрольные

созданию текста рекламы и связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта любого уровня сложности с учетом специфики коммуникационных задач и имеющегося мирового и отечественного опыта	специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-1.2: Создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач	уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации Уметь: создавать тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации ПК-1.2: Знать: методы создания сценариев для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач Уметь: создавать сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач Владеть: навыками создания сценариев для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач		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	16
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	32
- 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
Тема 1 Игровая индустрия как медиапространство	5	2	2	4	1
Тема 2 Киберспорт как вид спорта и коммуникационного взаимодействия	6	2	2	4	2
Тема 3 Метавселенные как коммуникативное пространство	8	2	4	6	2
Тема 4 Реклама в играх	8	2	4	6	2
Тема 5 Медиапоказатели для аналитики рекламных кампаний	8	2	4	6	2
Тема 6 Подходы к работе с целевыми аудиториями	8	2	4	6	2
Тема 7 PR-сопровождение игровой индустрии	14	2	6	8	6
Тема 8 Рекламные кампании в игровой индустрии	14	2	6	8	6
Аттестация	0				
КСР	1				1
Итого	72	16	32	49	23

Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1 Игровая индустрия как медиапространство.

Виды игр в зависимости от экономической модели, жанра, используемой платформы. Стриминг.

Сегментация инфлюенсеров. Ключевые стриминговые сервисы.

Тема 2 Киберспорт как вид спорта и коммуникационного взаимодействия

Киберспорт как вид спорта. Дисциплины киберспорта. Форматы соревнований: мейджор, мейнор, лига.

Тема 3 Метавселенные как коммуникативное пространство.

Понятие web 3, NFT, блокчейн. Популярные игровые платформы.

Тема 4 Реклама в играх

Баннеры, rich media. Продакт плейсмент. Спецпроект. Видео контент. Форматы рекламных вставок.

Виды внутриигровой рекламы: статическая, динамическая, спонсорская, игровой контент, рекламные игры. Таргетинг для внутренней рекламы.

Тема 5 Медиапоказатели для аналитики рекламных кампаний.

Показатели репутации бренда. Параметры для определения целевой аудитории. Модели закупки рекламы.

Тема 6 Подходы к работе с целевыми аудиториями

Киберспортивное спонсорство мероприятий, команд и спортсменов. Продакт плейсмент. Брендинг посредством лидеров мнений.

Тема 7 PR-сопровождение игровой индустрии.

"Мягкое" продвижение: презентации игр на мероприятиях, опытный специалист в команде как эксперт,

дневники разработки в специальных пабликах. Присутствие в СМИ как формирование публичного образа.: комментарии, профильные колонки. Совместные кейсы с платформами. Взаимодействие с игровыми изданиями.

Тема 8 Рекламные кампании в игровой индустрии

Стримы для целевой аудитории. Популяризация образов героев игры. Корпоративный сайт. E-mail-рассылка. Контекстная реклама. Таргетированная реклама. партнерские программы. Вирусное видео. Videоблогинг. Тематические выставки. Краудфандинговые платформы. Бета-тестирование. Лет-сплей.

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.

Для обеспечения самостоятельной работы обучающихся используются:

- электронный курс "-" (-).
- открытый онлайн-курс МООС "-" (-).

Иные учебно-методические материалы: -

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 - Проект) для оценки сформированности компетенции УК-3:

Проект предполагает создание рекламной кампании по продвижению игровой индустрии.

План проекта:

1. Анализ ситуации: анализ рекламируемого объекта, анализ конкурентов.
2. Определение целевой аудитории.
3. Определение стратегии и тактики рекламной кампании.
4. Выбор видов рекламы.
5. Бюджет.
6. Предполагаемые результаты и анализ эффективности.

5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Проект) для оценки сформированности компетенции ПК-1:

Проект предполагает создание кампании по связям с общественностью для продвижения коммуникационных продуктов игровой индустрии.

План проекта:

1. Анализ ситуации: анализ объекта кампании по продвижению, анализ конкурентов.
2. Определение целевой аудитории.
3. Определение стратегии и тактики рг-кампании .
4. Выбор видов офлайн и онлайн активностей для продвижения.
5. Бюджет.
6. Предполагаемые результаты и анализ эффективности.

Критерии оценивания (оценочное средство - Проект)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Задание выполнено в полном объеме (все поставленные задачи решены), ответ логичен и обоснован, обучающийся отвечает четко и последовательно, показывает глубокое знание основного материала
не зачтено	Задание выполнено не в полном объеме (решено менее 50% поставленных задач), обучающийся дает неверную информацию при ответе на поставленные задачи, допускает грубые ошибки при толковании материала, демонстрирует незнание основных терминов и понятий.

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 отдельным 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 некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторым и недочетами	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрированы навыки при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов	Продемонстрирован 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 - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции УК-3

1. Назовите виды игр в зависимости от экономической модели.
2. Стриминги и ключевые стриминговые сервисы.
3. Роль инфлюенсеров в маркетинговых коммуникациях в игровой индустрии,
4. Киберспорт как вид спорта: дисциплины, форматы соревнований.
5. Организация команды и командной стратегии для создания рекламной и pr-кампании.
6. Метавселенные как коммуникативные кампании.

5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПК-1

1. Медиапоказатели для аналитики рекламных кампаний.
2. Реклама в играх.
3. Подходы к работе с целевой аудиторией.
4. PR-сопровождение игровой индустрии: создание PR-кампаний.
5. Рекламные кампании в игровой индустрии.
6. Взаимодействие со СМИ в рамках кампаний по связям с общественностью.

Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	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	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо».

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

Основная литература:

1. Хуссейн И. Д. Цифровые маркетинговые коммуникации : учебное пособие / И. Д. Хуссейн. - Москва : Юрайт, 2023. - 68 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-15010-0. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=848114&idb=0>.
2. Голубкова Евгения Никитична. Интегрированные маркетинговые коммуникации : Учебник и практикум для академического бакалавриата / Голубкова Е. Н. - 3-е изд. - Москва : Юрайт, 2019. - 363 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-04357-0 : 859.00. - Текст : электронный // ЭБС "Юрайт"., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=590069&idb=0>.
3. Крайнов Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и PR / Крайнов Г. Н. - 3-е изд., стер. - Санкт-Петербург : Лань, 2022. - 372 с. - Книга из коллекции Лань - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-8114-8968-8., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=880871&idb=0>.
4. Перспективные инструменты поддержки и развития экономики электронных игр и киберспорта в России : Монография / Российский государственный социальный университет; Литовский спортивный университет; Сибирский государственный медицинский университет; Балтийская международная академия; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. - 1. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2024. - 166 с. - (Научная мысль). - Дополнительное профессиональное образование. - ISBN 978-5-16-018303-9. - ISBN 978-5-16-111314-1., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=889319&idb=0>.

Дополнительная литература:

1. Благих И.А. Геймификация социально- экономических процессов: геймифицированные

- платформы и анализ эффективности : Монография / Благих И.А. - Москва : Русайнс, 2021. - 237 с. - Режим доступа: book.ru. - ISBN 978-5-4365-6981-9., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=772240&idb=0>.
2. Шелл Дж. Геймдизайн. Как создать игру, в которую будут играть все : монография / Шелл Дж. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 640 с. - ISBN 978-5-9614-1209-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=775050&idb=0>.
3. Иванов Алексей. Реклама: Игра на эмоциях : Практическое пособие. - 2. - Москва : ООО "Альпина Паблишер", 2016. - 250 с. - Профессиональное образование. - ISBN 978-5-9614-5297-6., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=889637&idb=0>.

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

<https://mediatoolbox.ru/dictionary/>
<https://www.sostav.ru/>
<https://adindex.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

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

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 ФГОС ВО по направлению подготовки/специальности 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью.

Автор(ы): Фирулина Евгения Геннадьевна, кандидат философских наук.

Заведующий кафедрой: Фортунатов Антон Николаевич, доктор философских наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 29.11.2023, протокол № 15.