

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ
Декан ФСТ

УТВЕРЖДАЮ /В.П. Шалаев/
(Ф.И.О. декана (директора института))

30.06.2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б.1.1.21 Цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью

(код и наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки
(специальность)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Квалификация выпускника

Бакалавр

(бакалавр/магистр/специалист)

Направленность

Реклама и связи с общественностью в государственных,
коммерческих и некоммерческих организациях

Курс 2, 3

Семестр 4, 5, 6

Распределение учебного времени

Трудоемкость по учебному плану	324 / 9	часов/зачетных единиц
Лекции	16	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	20	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	36	часов
Контактная работа по экзамену	6	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	252	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	30	часов
Экзамен	5	семестр
Зачет	-	семестр
БРК, ДЗ	6	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Программу составили:

старший преподаватель	СНиТ	СОГЛАСОВАНО	А.П. Хохлова
(должность)	(кафедра)		(И.О. Фамилия)

РАССМОТРЕНА и ОДОБРЕНА на заседании кафедры, за которой закреплена дисциплина
Кафедра социальных наук и технологий

		(наименование кафедры)	
04.02.2021	протокол №	5	
(дата)			
Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев	
		(И.О. Фамилия)	

Рабочая программа СОГЛАСОВАНА с факультетом (институтом), выпускающей(ими) кафедрой(ами).

СООТВЕТСТВУЕТ действующей ОП.

Заведующий кафедрой	СОГЛАСОВАНО	К.Э. Бурнашев
		(И.О. Фамилия)

Председатель методической комиссии факультета (института), в который входит выпускающая кафедра

СОГЛАСОВАНО	В.П. Комисар
	(И.О. Фамилия)

Эксперт(ы): Винокуров Михаил Ананьевич, главный редактор газеты "Ваш новый день"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 01.07.2021 г.

Специалист учебно-методического центра СОГЛАСОВАНО /Т.А. Смирнова/

Раздел 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является достижение планируемых результатов обучения, соответствующих установленным в ОПОП индикаторам достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
1. 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	знания: Знаком с необходимым техническим оборудованием и программным обеспечением для работы в области РК и СО умения: Умеет выбирать необходимое оборудование и программное обеспечение для работы в сфере РК и СО. А так же знает все его характеристики и требования к эксплуатации. навыки: Имеет навыки работы с цифровым оборудованием и соответствующим программным обеспечением в области разработки и распространения продукта РК и СО.
	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	знания: Знает какое программное обеспечение необходимо для создание качественного рекламного продукта соответствующего времени. умения: Умеет создавать рекламный продукт с помощью современных цифровых технологий навыки: Может быстро ориентироваться в новейших разработках, быстро осваивает какие либо новшества в процессе обновление технического и материального обеспечения.
2. ПК-4 Способен применять результаты исследований для планирования рекламной или PRкампании при создании коммуникационного продукта	ПК-4.1. . Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	знания: Знает основные методы и алгоритмы создания рекламных проектов умения: Умеет применять алгоритмы разработки рекламных мероприятий навыки: Имеет навыки разработки рекламного продукта с использованием заданных технологий.

Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части ОПОП.

Дисциплина является обязательной

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания предшествующих дисциплин: Информационные технологии (ОПК-6), Теория и практика рекламы и связей с общественностью (ПК-4)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных

компетенций в следующих дисциплинах: Теория и практика рекламы и связей с общественностью (ОПК-6), Бизнес-планирование в рекламе и связях с общественностью (ПК-4); государственной итоговой аттестации в форме: Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ОПК-6), Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (ПК-4)

Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Для формирования заявленных компетенций используются методологические технологии, реализующие деятельностный, личностно-ориентированный, практико-ориентированный подходы.

Основными стратегическими технологиями являются: дискуссионные, лекционные занятия, практические занятия

На достижение конкретных целей обучения направлены применяемые тактические технологии: case-study, блиц-игра, деловая игра, классическая лекция

Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Цифровые технологии в РК	72	ОПК-6, ПК-4
Лекция. Диджитал технологии	2	
Лекция. Big Idea	2	
Практическое занятие. Карта пути покупателя	2	
Практическое занятие. Коммуникационная модель	2	
Лекция. Управление репутацией в сети	4	
Практическое занятие. Создание контент-матрицы. Примеры.	2	
Практическое занятие. разработка новостного повода в цифровом пространстве.	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР		
Анализ современных цифровых технологий	56	
Иная контактная работа:	0	

5 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Цифровые технологии для различных товаров и услуг	108	ОПК-6, ПК-4
Лекция. Принципы формирования имиджа в сети	2	
Практическое занятие. Каналы распространения рекламы с использованием цифровых технологий	2	
Лекция. Принципы работы с маркет-плейсами	2	
Практическое занятие. Дизайн для рекламного контента. Управление приложениями.	2	
Практическое занятие. Принципы создания коммерциализированных приложений	2	

Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР	
Реклама различных товаров и услуг с использованием современных технологий	98
Иная контактная работа:	0
Подготовка к экзамену	30
Проведение экзамена	6

6 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Контент-маркетинг	108	ОПК-6, ПК-4
Практическое занятие. Блогинг. Работа с чат-ботом.	2	
Лекция. Геолокации в продвижении рекламного продукта	2	
Лекция. Маршрутизация услуг и товаров	2	
Практическое занятие. Поисковое продвижение, поисковой маркетинг.	2	
Практическое занятие. Защита проектов.	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение курсового проекта/работы		
Разработка тематического контента	98	
выполнение курсового проекта/работы	0	
Иная контактная работа: консультации	0	

Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины Цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью рекомендуется начать с ознакомления с рабочей программой, ее структурой и содержанием разделов. Учебный материал структурирован, изучение дисциплины осуществляется в тематической последовательности.

Занятия лекционного типа дают систематизированные знания по дисциплине Цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью, концентрируют внимание на наиболее сложных и важных вопросах. Во время лекционных занятий рекомендуется вести конспектирование учебного материала; обращать внимание на формулировки и категории, раскрывающие суть проблемы, явления или процесса; зафиксировать выводы и практические рекомендации.

Подготовка к занятиям **семинарского типа** включает ознакомление с планом практического занятия; работу с конспектом лекций, выполнение домашнего задания, работу с учебной и учебно-методической литературой, научными изданиями и электронными образовательными ресурсами, рекомендованными рабочей программой дисциплины Цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью. Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины Цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью, оценочными и методическими материалами, заданиями и указаниями преподавателя. Самостоятельная работа может осуществляться в аудиторной и внеаудиторной формах. Эффективным средством осуществления самостоятельной работы является электронная информационно-образовательная среда университета, которая обеспечивает доступ к образовательной программе, рабочей программе дисциплины Цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью, к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам. Изучение дисциплины Цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью включает выполнение контрольной работы, подготовку проектов, написание практических

работ.

Периодичность проведения, формы текущего контроля успеваемости, система оценивания хода освоения дисциплин представлены в рабочей программе. Формой промежуточной аттестации по дисциплине Цифровые коммуникации в рекламе и связях с общественностью является балльно-рейтинговый контроль в шестом семестре, экзамен в шестом семестре.

Раздел 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Учебно-методическое обеспечение

№№ п/п	Список используемой литературы	Количество экземпляров печатных изданий, имеющих в библиотеке, или электронный адрес издания (ресурса) в сети Интернет
УЧЕБНЫЕ, УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ И НАУЧНЫЕ ИЗДАНИЯ		
1.	Шевченко, Д. А. Продвижение товаров и услуг: Практическое руководство [Электронный ресурс] / Шевченко Д. А., Пономарева Е. В. Москва: Дашков и К, 2021. - 372 с. ISBN 978-5-394-04165-5.	https://e.lanbook.com/book/173982
2.	Надеждин, Н. Я. Цифровые фотоаппараты [Электронный ресурс] / Надеждин Н. Я. 2-е изд. Москва: ИНТУИТ, 2016. - 240 с.	https://e.lanbook.com/book/100260
3.	Трухин, М. П. Моделирование сигналов и систем. Дифференциальные, дискретные и цифровые модели динамических систем [Электронный ресурс] : учебное пособие / Трухин М. П., Поршнева С. В. Санкт-Петербург: Лань, 2022. - 228 с. ISBN 978-5-8114-3792-4.	https://e.lanbook.com/book/206774
4.	Хатунцев, А. Б. Теория и практика анализа показателей качества обслуживания сигнальных сообщений в гибридных сетях [Электронный ресурс] / Хатунцев А. Б., Обухов А. Д. Санкт-Петербург: Лань, 2022. - 116 с. ISBN 978-5-8114-8841-4.	https://e.lanbook.com/book/208625

6.2. Материально-техническая база и программное обеспечение

№№ п/п	Аудитории для проведения учебных занятий, самостоятельной работы и проведения государственной итоговой аттестации	Перечень основного оборудования	Программное обеспечение
1.	333 (I)	Проектор мультимедийный Hitachi CP- RX93 (1), Телевизор LG 29M60 (1), Телевизор LG 72" CT-29 K35 VE (1), Экран настен. рулон. 200*200 см. Springroller Type D Medium (1), Экран настенный 200x200см (1), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft

			Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач
2.	430 (I)	Телевизор Samsung 21 K3 (1), Экран на штативе 180*180см (1), Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач
3.	329 (I)	Комплект учебной мебели (1)	Microsoft Windows Enterprise, Справочная правовая система "Консультант Плюс", Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Комплект ГАРАНТ-Мастер, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional, Microsoft Visual Studio Enterprise, Комплект ПО для решения основных пользовательских задач

Раздел 7. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ/ ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Критерии оценивания индикаторов достижения компетенций направлены на:

- усвоение теоретического материала (объем знаний, глубина усвоения), предусмотренного рабочей программой;
- умение излагать материал (четкость, грамотность изложения материала, точность и полнота воспроизведения учебного материала);
- умение применять теоретические знания при решении практических заданий.

Шкала оценивания представлена ниже.

Уровень сформированности элементов компетенции	Критерии оценивания	Шкала оценивания
Пороговый уровень	Обучающийся имеет знания основного материала, проявляет умение логично его излагать, но может	удовлетворительно

	допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий.	
Продвинутый уровень	Обучающийся твердо знает программный материал, излагает его грамотно и по существу, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения	хорошо
Высокий уровень	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, грамотно и логически стройно его излагает, дает исчерпывающие ответы на поставленные вопросы. В ответе тесно увязывается теория с практикой, при этом обучающийся не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, показывает знакомство с монографической литературой, периодическими изданиями, правильно обосновывает принятые решения, свободно владеет разносторонними навыками, приемами выполнения практических работ	отлично

7.1. Промежуточная аттестация обучающихся

Промежуточная аттестация обучающихся направлена на оценивание результатов обучения по дисциплине (модулю) и проводится с использованием фондов оценочных средств.

Примеры типовых контрольных заданий из базы фонда оценочных средств по образовательной программе.

Примеры практических заданий.

Практическое задание №1

Подборка контента не рекламного характера для размещения в Интернет ресурсах.

Практическое задание № 2

Разработать дерево ответов для чат-бота.

Практическое задание № 3.

Создание контент-марицы на примере организаций.

Практическое задание № 4.

Разработка тематического коммерческого и некоммерческого контента.

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к БРК

Диджитал технологии.
Понятие распределенной функциональной информационной технологии.
Big Idea. Определение, разработка
Графическое изображение технологического процесса, меню, схемы данных, схемы взаимодействия программ.
Применение информационных технологий на рабочем месте пользователя.
Анализ эффективности SMM.
Сетевые информационные технологии: телеконференции, доска объявлений;
Виды рекламы в интернете.
Авторские информационные технологии.
Карта пути покупателя..
Технологии «клиент-сервер».
Системы электронного документооборота.
Геоинформационные системы;
Глобальные системы; видеоконференции и системы групповой работы.
Таргетированная реклама.
Понятие технологизации социального пространства.
Назначения и возможности ИТ обработки текста.
Виды ИТ для работы с графическими объектами.
Коммуникационные модели в РК и СО.
Контент маркетинг.
Разработка тематического контента.
Технология голосового ввода информации.
Чат-боты в РК и СО.
Характеристика магнитной, оптической и магнито-оптической технологий хранения информации.
Эволюции и типы сетей ЭВМ.
Блогинг в РК и СО.
Приемы верификации популярности статьи.

Вопросы к экзамену

1. Классификация ИТ.
2. Диджитал технологии.
3. Обеспечивающие и функциональные ИТ.
4. Понятие распределенной функциональной информационной технологии.
5. Big Idea. Определение, разработка
6. Стандарты пользовательского интерфейса информационных технологий.
7. Критерии оценки информационных технологий.
8. Пользовательский интерфейс и его виды;
9. Технология обработки данных и ее виды.
10. Технологический процесс обработки и защиты данных.

11. Графическое изображение технологического процесса, меню, схемы данных, схемы взаимодействия программ.
12. Применение информационных технологий на рабочем месте пользователя.
13. Анализ эффективности SMM.
14. Электронный офис.
15. Технологии открытых систем.
16. Сетевые информационные технологии: телеконференции, доска объявлений;
17. Виды рекламы в интернете.
18. Авторские информационные технологии.
19. Карта пути покупателя.
20. Распределенные системы обработки данных.
21. Технологии «клиент-сервер».
22. Геоинформационные системы;
23. Таргетированная реклама.
24. Понятие технологизации социального пространства.
25. Назначения и возможности ИТ обработки текста.
26. Виды ИТ для работы с графическими объектами.
27. Назначение, возможности, сферы применения электронных таблиц.
28. Коммуникационные модели в РК и СО.
29. Оптическая технология ввода информации. Принцип, аппаратное и программное обеспечение.
30. Контент маркетинг.
31. Разработка тематического контента.
32. Смарт-технология ввода. Принцип, аппаратное и программное обеспечение.
33. Технология голосового ввода информации.
34. Чат-боты в РК и СО.
35. Характеристика магнитной, оптической и магнито-оптической технологий хранения информации.
36. Эволюции и типы сетей ЭВМ.
37. Блогинг в Р К и СО.
38. Приемы верификации популярности статьи.
- 1.

ФГБОУ ВО "ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ"

ФАКУЛЬТЕТ СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ №0
по дисциплине "Цифровые коммуникации в рекламе и СО"

1. Виды ИТ для работы с графическими объектами.
2. Назначение, возможности, сферы применения электронных таблиц.
3. Создайте дерево диалога чат-бота с клиентом.

"____" _____ 2023

К.Э. Бурнашев