

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ
Декан ФСТ

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

16.02.2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б.1.2.11 Цифровые коммуникации в рекламе

(код и наименование дисциплины по учебному плану)

Направление подготовки
(специальность)

09.03.02 Информационные системы и технологии

Квалификация выпускника

Бакалавр

(бакалавр/магистр/специалист)

Направленность

Информационные системы и технологии в рекламе, масс-медиа и контент-маркетинге

Курс 3, 4
Семестр 6, 7

Распределение учебного времени

Трудоемкость по учебному плану	360 / 10	часов/зачетных единиц
Лекции	64	часов
Лабораторные работы	-	часов
Практические занятия	64	часов
Иная контактная работа	-	часов
Всего контактной работы (без учета экз.)	128	часов
Контактная работа по экзамену	6	часов
Курсовой проект (работа)	-	семестр
Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.)	160	часов
Самостоятельная работа по подготовке к экзамену	30	часов
Экзамен	6, 7	семестр
Зачет	-	семестр
БРК, ДЗ	-	семестр

(год)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления подготовки (специальности) 09.03.02 Информационные системы и технологии

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)		
16.02.2022	протокол №	4
(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): Якаева Ирина Геннадьевна, Заведующий Редакционно-издательским отделом – Пресс-службой Национального музея Республики Марий Эл им. Т. Евсеева

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 17.02.2022 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. УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.3. Использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах	знания: Имеет знания грамотного построения коммуникаций для делового общения в профессиональной сфере умения: Умеет вести диалог с представителями профильной сферы, устанавливать связи для сотрудничества навыки: Имеет навыки построения грамотной коммуникации с представителями социальной сферы.
	УК-4.2. Ведет деловую переписку на государственном языке РФ и иностранном(-ых) языках	знания: Знания в области ведения деловой переписки как с представителями служб в РФ и за рубежом. умения: Умеет стабильно вести деловую переписку с представителями профильной сферы навыки: Имеет навыки коммуникации и поддержания сотрудничества в профессиональной области как на территории РФ так и за рубежом.

Раздел 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений ОПОП.

Дисциплина является обязательной

Для продолжения формирования заявленных компетенций необходимы знания предшествующих дисциплин: Иностранный язык (УК-4)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных компетенций в следующих дисциплинах: Управление имиджем в цифровой среде (УК-4); государственной итоговой аттестации в форме: Выполнение и защита выпускной квалификационной работы (УК-4)

Раздел 3. ОПИСАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

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

Основными стратегическими технологиями являются: лекционные занятия, практические занятия

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

Раздел 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Цифровые коммуникации в РК	144	УК-4
Лекция. Цифровая трансформация	4	
Лекция. Преимущества цифровых технологий	2	
Лекция. Цифровые инновации в маркетинге	4	
Лекция. Кричащий маркетинг	2	
Лекция. Идея доверительного маркетинга	4	
Лекция. Недостатки цифрового маркетинга	2	
Лекция. Скорость цифровых коммуникаций	4	
Лекция. Потребительское поведение в цифровых коммуникациях	2	
Лекция. Целевая аудитория Ц.К.	4	
Лекция. Потребительский опыт в Ц.К.	4	
Практическое занятие. Виды потребительского опыта	4	
Практическое занятие. Товары цифрового маркетинга	2	
Практическое занятие. Свойства цифровых товаров	4	
Практическое занятие. Цифровой магазин. Особенности работы на маркетплейсах.	2	
Практическое занятие. Продвижение в цифровом пространстве	4	
Практическое занятие. Принципы цифрового директ-	2	
Практическое занятие. Принципы цифрового PR	4	
Практическое занятие. Цифровая репутация	2	
Практическое занятие. новые коммуникационные каналы	4	
Практическое занятие. Сайт	2	
Практическое занятие. СММ	2	
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР	80	
Анализ медиа каналов и особенностей распространения рекламы в них.		
Иная контактная работа:		
Подготовка к экзамену	30	
Проведение экзамена	6	

7 семестр

Виды и темы занятий	Количество часов	Формируемые компетенции
Цифровые коммуникации в PR	144	УК-4
Лекция. Маркетинг мобильных устройств	4	
Лекция. Онлайн-экосистемы	2	
Лекция. Виды цифровых ЭС	4	
Лекция. Геозависимый бизнес	2	
Лекция. Особенности работы с геоданными	4	
Лекция. Поисковой маркетинг	2	
Лекция. Внешняя оптимизация сайта	4	

Лекция. Ретаргетинг	2
Лекция. Контекстная реклама	4
Лекция. Классификация контактной рекламы	4
Практическое занятие. Поисковая репутация	4
Практическое занятие. Планирование имиджевой и перформанс рекламы	2
Практическое занятие. Структура посадочных площадок, лэндингов	4
Практическое занятие. Разработка стратегии формирования и поддержания лояльности	2
Практическое занятие. Автоматизация процессов продвижения	4
Практическое занятие. Создание медиаплана	2
Практическое занятие. Расчет бюджета РК	4
Практическое занятие. Разработка коммуникаций с подрядчиками	2
Практическое занятие. Контроль над реализацией выбранных стратегий	2
Практическое занятие. расчет Эффективности	2
Практическое занятие. Выполнение итоговой работы по группам	4
Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР	80
Использования современных технологий в деятельности PR специалиста.	
Иная контактная работа:	0
Подготовка к экзамену	30
Проведение экзамена	6

Раздел 5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины Цифровые коммуникации в рекламе 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, 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 Цифровые коммуникации в рекламе; 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. Содержание **самостоятельной работы** определяется рабочей программой дисциплины Цифровые коммуникации в рекламе, 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, к электронным библиотечным системам, профессиональным базам данных и информационным справочным системам. Изучение дисциплины Цифровые коммуникации в рекламе включает выполнение контрольной работы, практической работы, написание проектов. Периодичность проведения, формы текущего контроля успеваемости, система оценивания хода освоения дисциплин представлены в рабочей программе. Формой промежуточной аттестации по дисциплине Цифровые коммуникации в рекламе является экзамен в шестом и седьмом 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.	Ромат, Евгений Викторович. Реклама [Текст] : теория и практика : [учебник для студентов экономических вузов (бакалавров) и специалистов] / Е. Ромат, Д. Сендеров. 8-е изд. Санкт-Петербург: Питер, 2013. - 505 с. ISBN 978-5-496-00114-4. Экземпляры: всего 22.	22
2.	Вельская, Г. Г. Реклама социальных проектов [Электронный ресурс] : методическое пособие / Вельская Г. Г., Абаев А. Л. Москва: Дашков и К, 2019. - 94 с. ISBN 978-5-394-03771-9.	https://e.lanbook.com/book/173931
3.	Пуговкин, А. В. Основы построения инфокоммуникационных сетей и систем [Электронный ресурс] / Пуговкин А. В., Покаместов Д. А., Крюков Я. В. 2-е изд., перераб. и доп. Санкт-Петербург: Лань, 2021. - 176 с. ISBN 978-5-8114-5905-6.	https://e.lanbook.com/book/156402
4.	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

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	Microsoft Windows Enterprise, Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, Microsoft Access, Microsoft Visio Professional, Microsoft Project Professional,

		мебели (1)	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, Microsoft Office Standard, Агент Dr.Web, 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 допускать неточности в изложении материала, недостаточно правильные формулировки, испытывает затруднения в выполнении практических заданий.	удовлетворительно
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	отлично

7.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля) и производится с применением технологии рейтингового контроля в соответствии с технологической картой дисциплины. Порядок составления технологической карты и алгоритм проведения процедуры оценивания видов деятельности обучающихся, направленных на освоение знаний, умений, навыков и/или опыта деятельности, по накопительной системе в баллах устанавливается положением о системе РИТМ в ФГБОУ ВО «ПГТУ»

7.2. 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

Анализ различных каналов распространения рекламы в интернете.

Практическое задание № 4

Создание контент матрицы для продвижения товара или услуги.

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к экзамену в шестом семестре.

1. Диджитал технологии.
2. Понятие распределенной функциональной информационной технологии.
3. Big Idea. Определение, разработка
4. Графическое изображение технологического процесса, меню, схемы данных, схемы взаимодействия программ.
5. Применение информационных технологий на рабочем месте пользователя.
6. Анализ эффективности SMM.
7. Сетевые информационные технологии: телеконференции, доска объявлений;
8. Виды рекламы в интернете.
9. Авторские информационные технологии.
10. Карта пути покупателя..

11. Технологии «клиент-сервер».
12. Системы электронного документооборота.
13. Геоинформационные системы;
14. Глобальные системы; видеоконференции и системы групповой работы.
15. Таргетированная реклама.
16. Понятие технологизации социального пространства.
17. Назначения и возможности ИТ обработки текста.
18. Виды ИТ для работы с графическими объектами.
19. Коммуникационные модели в РК и СО.
20. Контент маркетинг.
21. Разработка тематического контента.
22. Технология голосового ввода информации.
23. Чат-боты в РК и СО.
24. Характеристика магнитной, оптической и магнито-оптической технологий хранения информации.
25. Эволюции и типы сетей ЭВМ.
26. Блогинг в Р К и СО.
27. Приемы верификации популярности статьи.

Вопросы к экзамену (7 семестр)

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.

" ____ " _____ 2022

К.Э. Бурнашев