

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПОВОЛЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УТВЕРЖДАЮ
Декан ФСТ

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

11.03.2024 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

Распределение учебного времени

| | | |
|--|---------|-----------------------|
| Трудоемкость по учебному плану | 324 / 9 | часов/зачетных единиц |
| Лекции | 68 | часов |
| Лабораторные работы | - | часов |
| Практические занятия | 68 | часов |
| Иная контактная работа | - | часов |
| Всего контактной работы (без учета экз.) | 136 | часов |
| Контактная работа по экзамену | 6 | часов |
| Курсовой проект (работа) | - | семестр |
| Самостоятельная работа обучающихся (без учета экз.) | 152 | часов |
| Самостоятельная работа по подготовке к экзамену | 30 | часов |
| Экзамен | 4 | семестр |
| Зачет | - | семестр |
| БРК, ДЗ | 5 | семестр |

(год)

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

Программу составили:

| | | | |
|--|-----------|-------------|----------------|
| доцент с ученой степенью кандидата наук | СНиТ | СОГЛАСОВАНО | В.П. Комисар |
| (должность) | (кафедра) | | (И.О. Фамилия) |

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

| | | | |
|---------------------|-------------|------------------------|--|
| | | (наименование кафедры) | |
| 16.02.2024 | 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): Михаил Ананьевич Винокуров, главный редактор газеты "Ваш новый день"

Рабочая программа проверена и зарегистрирована в УМЦ 12.03.2024 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), Технологии создания, продвижения и продажи рекламного продукта (ПК-4)

Изучаемая дисциплина является основой для продолжения формирования указанных

компетенций в следующих дисциплинах: Теория и практика рекламы и связей с общественностью (ОПК-6), Анализ целевых аудиторий 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: 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

4 семестр

| Виды и темы занятий | Количество часов | Формируемые компетенции |
|---|------------------|-------------------------|
| Информационные системы. Системы искусственного интеллекта. | 144 | ОПК-6, ПК-4 |
| Лекция. Сетевые информационные технологии: телеконференции, доска объявлений; | 2 | |
| Лекция. Авторские информационные технологии. | 2 | |
| Лекция. Геоинформационные системы; | 4 | |
| Лекция. Таргетированная реклама. | 4 | |
| Лекция. Виды ИТ для работы с графическими объектами. | 4 | |
| Лекция. Назначения и возможности ИТ обработки текста. | 4 | |
| Лекция. Технологии «клиент-сервер». | 4 | |
| Лекция. Применение информационных технологий на рабочем месте пользователя. | 4 | |
| Лекция. Анализ эффективности SMM. | 4 | |
| Практическое занятие. Англоязычные поисковые системы | 4 | |
| Практическое занятие. Мегапоиск | 2 | |
| Практическое занятие. Онлайн-выставки | 2 | |
| Практическое занятие. VR-технологии в рекламе | 4 | |
| Практическое занятие. Маркетплейс | 4 | |
| Практическое занятие. 3D печать в рк и со, голограммы | 4 | |
| Практическое занятие. Искусственный интеллект в РК и СО | 4 | |
| Практическое занятие. Нейромаркетинг | 4 | |
| Практическое занятие. Итоговая работа | 4 | |
| Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение Анализ источников и сайтов в интернете | 80 | |

| | |
|--|----|
| Иная контактная работа: дифференцированный зачет (БРК) | 0 |
| Подготовка к экзамену | 30 |
| Проведение экзамена | 6 |

5 семестр

| Виды и темы занятий | Количество часов | Формируемые компетенции |
|---|------------------|-------------------------|
| Цифровые технологии в РК и СО | 144 | ОПК-6, ПК-4 |
| Лекция. Диджитал технологии в РК и СО | 4 | |
| Лекция. Big idea как тип рекламы в интернет | 4 | |
| Лекция. Карта пути покупателя | 4 | |
| Лекция. Коммуникативная стратегия | 4 | |
| Лекция. Формирование репутации в цифровой среде | 4 | |
| Лекция. Роль PR-технологий в формировании положительного имиджа | 4 | |
| Лекция. Контент-маркетинг | 4 | |
| Практическое занятие. Алгоритм создания контент-маркетинга | 4 | |
| Практическое занятие. Чат-боты алгоритм создания беседы | 4 | |
| Практическое занятие. Блогинг как вариант продвижения в | 2 | |
| Практическое занятие. Анализ эффективности блогера: продажи и подписчики. | 4 | |
| Практическое занятие. Электронные магазины и платформы | 4 | |
| Практическое занятие. Электронная коммерция | 2 | |
| Практическое занятие. Мобильная коммерция | 4 | |
| Лекция. Юридические аспекты бизнеса в Интернете | 4 | |
| Лекция. Электронные витрины | 4 | |
| Практическое занятие. Оформление электронных витрин | 4 | |
| Практическое занятие. Итоговое задание | 4 | |
| Практическое занятие. Защита проектов | 4 | |
| Задания для самостоятельной работы, в том числе выполнение КР | 72 | |
| Анализ разных типов рекламы в интернете. Оценка эффективности. | | |
| Иная контактная работа: зачет | 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 Цифровые

коммуникации в рекламе и связях с общественностью 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, 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 и связях с общественностью является балльно-рейтинговый контроль в пятом семестре, экзамен в четвертом 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. | Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. Москва: Дашков и К, 2016. - 512 с. ISBN 978-5-394-02549-5. | http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=70661 |
| 2. | Трушина, Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы [Электронный ресурс] : сборник задач / Л. Е. Трушина. Москва: Дашков и К, 2020. - 248 с. ISBN 978-5-394-03591-3. | https://e.lanbook.com/book/229346 |
| 3. | Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации возникновение "Четвертой волны" [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. 3-е изд. Москва: Дашков и К, 2017. - 260 с. ISBN 978-5-394-02257-9. | https://e.lanbook.com/book/93407 |
| 4. | Шевченко, Д. А. Интегрированные коммуникации [Электронный ресурс] : энциклопедия / Д. А. Шевченко. Москва: Дашков и К, 2019. - 298 с. ISBN 978-5-394-03261-5. | https://e.lanbook.com/book/119250 |

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, 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 |
| 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 | хорошо |

| | | |
|-----------------|---|---------|
| | практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения | |
| 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. 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

Перечень вопросов для проведения промежуточной аттестации

Вопросы к БРК

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

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 интрнете.
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.

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