

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной и
методической работе

[Signature] /Шубаева В.Г./

« 20 » июня 20 18 г.

DIGITAL КОММУНИКАЦИИ

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы	Реклама и связи с общественностью в бизнесе
Уровень образования	высшего бакалавриат
Форма обучения	очная

Составитель:

[Signature] / к.фил.н., доцент А.А. Горячев

Санкт-Петербург
2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ ..	3
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ.....	4
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	5
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА	5
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ	6
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины	6
7.2. Организация самостоятельной работы	6
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	7
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины ..	8
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса	9
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ.....	9
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	10

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: сформировать у обучающихся представление о специфике цифровых медиа и их отличии от традиционных, о принципах использования современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в профессии специалиста по рекламе и связям с общественностью, об основных техниках и приёмах эффективного применения информационно-вычислительной техники и средств коммуникации для достижения задач, поставленных перед пиарменом и рекламистом, ознакомление с системой терминов, используемых для обозначения ключевых понятий в рекламе, связях с общественностью и массовой коммуникации в части, связанной с изучаемым предметом.

Задачи:

- дать представление о современных исследованиях в области применения телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью;
- сформировать понимание профессии специалиста в области рекламы и связей с общественностью как специальности, опирающейся в своей деятельности преимущественно на современные компьютерные и телекоммуникационные технологии;
- дать представление об основных компетенциях SMM-специалиста и способах их развития;
- сформировать основы знания понятийного аппарата телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью;
- дать представление о специфике, сходствах и различиях применения телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе, связях с общественностью и журналистике как смежных коммуникативных форм;
- сформировать представление о практике сетевой рекламы, создания корпоративных сайтов, вирусных технологиях, краудсорсинге и других телекоммуникационных технологиях, используемых в рекламе и связях с общественностью.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ "Digital коммуникации" относится к выборным дисциплинам Блока 1 и является обязательной для освоения обучающимся после их выбора.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции выпускника	Этапы формирования компетенций	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
ПК-12 Способностью под контролем осуществлять профессиональные	Третий уровень (продвинутый) (ПК-12) –3	Знать: социокультурную роль и значение деятельности в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации 33(ПК-12). Уметь: подходить к решению поставленных задач в

функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации		контексте социокультурных аспектов профессиональной деятельности в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации УЗ(ПК-12). Владеть: навыками осуществления своей профессиональной деятельности в общественных, производственных, коммерческих структурах и СМИ в сфере цифровых коммуникаций ВЗ(ПК-12).
ПК-14 Способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Третий уровень (продвинутый) (ПК-14) –3	Знать: современные подходы к оценке рекламы как сферы профессиональной деятельности ЗЗ(ПК-14). Уметь: комплексно подходить к оценке профессиональной компетентности специалиста в области рекламы УЗ(ПК-14). Владеть: технической подготовленностью к решению профессиональных задач в области рекламы ВЗ(ПК-14).
ПК-15 Владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	Третий уровень (продвинутый) (ПК-15) –3	Знать: социокультурные особенности функционирования в организациях отделов по рекламе и маркетинговых отделов, а также рекламных агентств ЗЗ(ПК-15). Уметь: выделять социокультурные аспекты в профессиональной деятельности специалиста отдела рекламы, маркетингового отдела или сотрудника рекламного агентства УЗ(ПК-15). Владеть: навыками SEO продвижения сайта отдела по рекламе, маркетингового отдела и рекламного агентства ВЗ(ПК-15).

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часов, из которых 36 часов самостоятельной работы обучающегося отводится на подготовку и защиту экзамена.

Форма промежуточной аттестации: экзамен – 7 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины по очной форме обучения представлено в табл. 4.1.

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5
Тема 1. Основы интернет-коммуникаций в рекламе и PR	2	4		14
Тема 2. Корпоративный сайт как основа интернет-коммуникаций	2	6		20
Тема 3. Электронный бизнес, интернет-маркетинг и связи с общественностью	4	6		18
Тема 4. Рекламные и PR-технологии в сети Internet	4	4		12
Тема 5. Блоги и социальные сети в рекламе и связях с общественностью	6	6		20
Тема 6. Современные тенденции развития информационных технологий в рекламе и связях с общественностью	2	2		12
Всего по дисциплине:	20	28		96

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Основы интернет-коммуникаций в рекламе и PR Виды коммуникации

Этапы развития интернет-технологий. Виды интернет-ресурсов. Аудитория Интернета. Поиск информации в интернете.

Тема 2. Корпоративный сайт как основа интернет-коммуникаций

Виды веб-сайтов. Структура и дизайн корпоративного сайта. Оценка эффективности электронного веб-сайта.

Тема 3. Электронный бизнес, интернет-маркетинг и связи с общественностью

Определение и направление электронного бизнеса. Электронный маркетинг и интернет-маркетинг. Инструменты интернет-маркетинга. Актуальные направления PR в Интернете.

Тема 4. Рекламные технологии в сети Internet

Понятие интернет-рекламы и ее виды. Основные характеристики интернет-рекламы. Специфика работы с агентствами интернет-рекламы.

Тема 5. Блоги и социальные сети в рекламе и связях с общественностью

Блог и блогосфера. Виды блогов. Методы оценки блогеров. Типы социальных сетей. Вирусный и скрытый маркетинг.

Тема 6. Современные тенденции развития информационных технологий в рекламе и связях с общественностью

Информационные технологии в инновационной экономике. Тенденции развития информационных технологий. Перспективные направления развития рекламы и связей с общественностью.

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1	2	3
1	Виды коммуникации в Интернете. Этапы развития интернет-технологий	ПЗ: Дискуссия Выступление с докладами (презентациями)
1	Виды интернет-ресурсов. Аудитория Интернета	ПЗ: Дискуссия Выступление с докладами (презентациями)
2	Поиск информации в интернете. Виды веб-сайтов	ПЗ: Решение практических задач, кейсов
2	Структура и дизайн корпоративного сайта	ПЗ: Дискуссия Выступление с докладами (презентациями)
2	Оценка эффективности электронного веб-сайта	ПЗ: Решение практических задач, кейсов
3	Определение и направление электронного бизнеса	ПЗ: Дискуссия Выступление с докладами (презентациями)
3	Электронный маркетинг и интернет-маркетинг.	ПЗ: Решение практических задач, кейсов
3	Инструменты интернет-маркетинга	ПЗ: Решение практических задач, кейсов
4	Актуальные направления рекламы и PR в Интернете	ПЗ: КТ№1 Терминологический диктант
5	Блог и блогосфера. Виды блогов.	ПЗ: Дискуссия, Выступление с аналитическими докладами
5	Методы оценки блогеров. Типы социальных сетей	ПЗ: Дискуссия Выступление с докладами (презентациями)
5	Вирусный и скрытый маркетинг. Информационные технологии в инновационной экономике.	ПЗ: Решение практических задач, кейсов

6	Тенденции развития информационных технологий. Перспективные направления развития рекламы и связей с общественностью	ПЗ: КТ№2 Тестирование.
---	--	------------------------

*ПЗ – практические занятия, СЗ – семинарские занятия, ЛР – лабораторные работы

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

- рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,
- порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;
- графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

- слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;
- ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;
- выполнять задания практических занятий полностью и установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратиться к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ темы	Вид самостоятельной работы
-----------	----------------------------

№ темы	Вид самостоятельной работы
1	2
1-6	Подготовка к практическим занятиям по дисциплине.
1-6	Выполнение заданий по темам дисциплины
1-4	Подготовка к контрольной точке №1 «Терминологический диктант»
5-6	Подготовка к контрольной точке №2 «Тестирование»
1-6	Подготовка к сдаче экзамена.

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

Методические рекомендации включают в себя все виды самостоятельной работы, предусмотренные для успешного освоения дисциплины.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Digital коммуникации» используются разнообразные образовательные технологии – как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- Дискуссия (темы №1,2,5);
- Выступление с докладами (презентациями) (тема №1,2,3);
- Кейс-технологии (тема №3,5);
- Терминологический диктант (тема №4).
- Решение практических задач (тема №5);
- Тестирование (тема №6).

В процессе изучения дисциплины используются следующие активные методы обучения:

Дискуссия (в том числе лекция-дискуссия). Обсуждение темы (спорного или проблемного характера) в учебной группе. В ходе такой лекции преподаватель при изложении лекционного материала не только использует ответы слушателей на свои вопросы, но и организует свободный обмен мнениями в интервалах между логическими разделами. Происходит взаимодействие преподавателя и учащихся, свободный обмен мнениями, идеями и взглядами по исследуемому вопросу. Данный вид занятия позволяет активизировать познавательную деятельность аудитории, позволяет преподавателю управлять коллективным мнением группы, использовать его в целях убеждения, преодоления негативных установок и ошибочных мнений некоторых слушателей. Обучающимся предлагается проанализировать и обсудить конкретные ситуации, материал. По ходу лекции - дискуссии преподаватель приводит отдельные примеры в виде ситуаций или кратко сформулированных проблем и предлагает коротко обсудить, затем дать краткий анализ.

Выступление с презентациями – устное выступление с использованием подготовленных наглядных материалов, направленное на представление проекта, продукта и т.п.. Цель презентации — донести до аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме. Презентация может представлять собой сочетание текста, гипертекстовых ссылок, компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда (но не обязательно всё вместе), которые организованы в единую среду. Кроме того, презентация имеет сюжет, сценарий и структуру, организованную для удобного восприятия информации.

Решение практических задач. Предполагает анализ предложенной ситуации, как совокупности фактов и данных, определяющих то или иное явление, имевшее место в практике, которым в ходе учебных занятий дается оценка, также осуществляется

выполнение связанных с ситуацией задач, в ходе которого отрабатывается конкретный навык, необходимый для профессиональной деятельности.

Кейс-технологии (решение кейсов). Включает порядок рассмотрения, анализа кейса, поиск и презентацию решения, выработку экспертной оценки, опирающейся на определенные критерии. Кейс – разновидность производственной или экономической ситуации, специально сформулированной преподавателем для анализа, решения, оценки обучающимися.

Терминологический диктант. Метод направлен на проверку знания понятийного аппарата дисциплины. Список важнейших терминов, необходимых для освоения материала, составляется на основе лекционного материала. Оценивается четкая формулировка содержания понятий, знание и умелое оперирование терминами.

Тестирование. Метод, использующий стандартизированные вопросы и задачи с возможностью выбора из вариантов. Направлен на оценку знания ключевых понятий и концептов дисциплины, а также взаимосвязей между изучаемыми объектами.

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания (автор, заглавие, вид, место и год издания, кол. стр.)	Основная/ дополнительная литература	Книгообеспеченность	
		Кол-во. экз. в библ. СПбГЭУ	Электронные ресурсы
Музыкант В.Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a [Электронный ресурс]: Учебник и практикум М.: Издательство Юрайт, 2018 . - 384 с.	основная	-	ЭБС Юрайт
Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 345 с.	основная	-	ЭБС Юрайт
Интернет-маркетинг : Учебник для вузов / под общ. ред. Жильцовой О.Н. — 2-е изд., пер. и доп. — Электрон. дан. — Москва : Юрайт, 2019 .— 301 с.	основная	-	ЭБС Юрайт
Копирайтинг в PR : практикум / А.Д.Кривоносов, И.А.Кривоносов ; М-во образования и науки Рос. Федерации, С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов, Каф. коммуникац. технологий и связей с общественностью. Ч. 1. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 2011. — 102 с. — Сведения доступны также по Интернету: орас.unicon.ru .	дополнительная	19	ЭБ ОРАС.UNECON.RU
Кеннеди Д. Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум / Д. Кеннеди — «Альпина Диджитал», 2017. — 344 с.	дополнительная	-	ЭБС ZNANIUM

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛенинка – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary –

	www.oecd-ilibrary.org
--	--

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПБГЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПБГЭУ – opac.unecon.ru

9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного и семинарского типа.

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

№ п/п	Наименование ПО
1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);
- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;
- для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля).