

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Социальный факультет

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Цифровые коммуникации

Кафедра социальных и информационных технологий

Образовательная программа:

42.03.01 Реклама и связь с общественностью

Направленность (профиль) программы:

Связи с общественностью и коммуникативные технологии

Уровень высшего образования:

бакалавриат

Форма обучения:

заочная

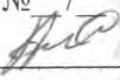
Статус дисциплины:

входит в обязательную часть ОПОП

Махачкала, 2021

Рабочая программа дисциплины «Цифровые коммуникации» составлена в 2021 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО - бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связь с общественностью от 8 июня 2017 г. N 512 (Редакция с изменениями N 1456 от 26.11.2020)

Разработчик: кафедра социальных и информационных технологий:
Лугуева А.С, к.ф-м.н., доцент,

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры социальных и информационных технологий
от 01.07.2021 г., протокол № 7
Зав. кафедрой  Айгубов С.З.
(подпись)

на заседании Методической комиссии социального факультета
от 31.08.2021 г., протокол № 1
Председатель УМС  доц. Абдусаламова Р.А.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим
управлением « 09 » 07 2021 г.

Начальник УМУ  Гасангаджиева А.Г.
(подпись)

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Цифровые коммуникации» входит в обязательную часть ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связь с общественностью.

Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий СФ.

Дисциплина «Цифровые коммуникации» изучается в третьем семестре второго учебного года. Содержательно-методически и логически дисциплина связана с такими учебными курсами бакалавриата, как «Математика и статистика», «Информационные технологии и базы данных в цифровых коммуникациях»

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника:

Универсальных

- *УК-1* - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Общепрофессиональных

- *ОПК-2* – Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

- *ОПК-6* – Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Профессиональных

- *ПК-1*-. Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности

- *ПК-5*- Способен работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д

- *ПК-7*- Владеет основными принципами и методами сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: *Лекции, практические занятия, самостоятельная работа.*

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме *контрольной работы* и промежуточный контроль в форме *экзамена*.

Объем дисциплины: 4 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий:

Заочная форма обучения

Семестр	Учебные занятия							Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)	
	в том числе:								
	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем					СРС, в том числе зачет		
		всего	из них						
	Лекции		Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	консультации			
2	144	18	6		12			126	экзамен

1. Цели освоения дисциплины:

Цель изучения дисциплины «*Цифровые коммуникации*» - дать представление о современных технических средствах и информационно-коммуникационных технологиях для получения первичного опыта работы с информационными технологиями. Конечной целью курса являются: сформировать у студентов представление о современном состоянии науки, ее приложениях и лежащих в ее основе достижениях в области технических и программных средств.

Содержание дисциплины направлено на подготовку обучающихся к осуществлению профессиональной деятельности в области связи, информационных и коммуникационных технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Цифровые коммуникации» входит *обязательную часть* ОПОП *бакалавриата* по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связь с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий СФ.

Дисциплина «Цифровые коммуникации» изучается *во втором семестре первого* учебного года. Для успешного овладения программой необходимы знания и навыки, полученные при изучении программы бакалавриата по дисциплинам: «Математика и статистика»

Изученные в курсе методы могут применяться при изучении таких дисциплин, как «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» и «Производство и распространение рекламного продукта».

Освоение дисциплины способствует формированию универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций и взаимодействуют с другими дисциплинами модуля.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).

Код и наименование компетенции из ОПОП	Код и наименование индикатора достижения компетенций (в соответствии с ОПОП)	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
УК -1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК -1.1. Проводит структурный функциональный анализ проблемной ситуации в сфере профессиональной деятельности осуществляет морфологический и генетический анализ ситуации в рамках	Знает: структурный функциональный анализ проблемной ситуации в сфере профессиональной деятельности осуществляет морфологический и генетический анализ ситуации в рамках решаемой профессиональной проблемы. Умеет: проводит струк-	устный опрос, тестирование, письменный опрос

	решаемой профессиональной проблемы.	турный функциональный анализ проблемной ситуации в сфере профессиональной деятельности осуществляет морфологический и генетический анализ ситуации в рамках решаемой профессиональной проблемы. Владеет: технологией проведения структурный функциональный анализ проблемной ситуации в сфере профессиональной деятельности осуществляет морфологический и генетический анализ ситуации в рамках решаемой профессиональной проблемы.	
	УК - 1.2. Определяет критерии и показатели для оценки ситуации и возможных вариантов ее развития подбирает и обосновывает возможные стратегии действий в проблемной ситуации в сфере профессиональной деятельности	Знает: критерии и показатели для оценки ситуации и возможных вариантов ее развития подбирает и обосновывает возможные стратегии действий в проблемной ситуации в сфере профессиональной деятельности. Умеет: определять критерии и показатели для оценки ситуации и возможных вариантов ее развития подбирает и обосновывает возможные стратегии действий в проблемной ситуации в сфере профессиональной деятельности. Владеет: методикой определения критериев и показателей для оценки ситуации и возможных вариантов ее развития подбирает и обосновывает возможные стратегии действий в проблемной ситуации в сфере профессиональной деятельности	устный опрос, тестирование, письменный опрос
	УК - 1.3. Составля-	Знает: методы составле-	устный опрос, те-

	ет план решения профессиональной проблемы оценивает эффективности предлагаемых решений с точки зрения прогнозируемого результата их реализации	ния плана решения профессиональной проблемы оценивает эффективности предлагаемых решений с точки зрения прогнозируемого результата их реализации. Умеет: составлять план решения профессиональной проблемы оценивает эффективности предлагаемых решений с точки зрения прогнозируемого результата их реализации. Владеет: технологией составления плана решения профессиональной проблемы оценивает эффективности предлагаемых решений с точки зрения прогнозируемого результата их реализации	стирование, письменный опрос
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК 2.1. - Анализирует, объясняет и прогнозирует тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	Знает: закономерности анализа, описания и прогнозирования социальных явлений и процессов на основе научных теорий, концепций, подходов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах . Умеет: анализировать, объяснять и прогнозировать социальные явления и процессы на основе научных теорий, концепций, подходов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. Владеет: методами анализа, описания и прогнозирования социальных явлений и процессов на основе научных теорий,	устный опрос, тестирование, письменный опрос

		концепций, подходов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	
	ОПК 2.2.- Анализирует и оценивает профессиональную информацию с применением современных способов и методов организации мониторинговых исследований	Знает: методы анализа и оценивания профессиональной информации с применением современных способов и методов организации мониторинговых исследований. Умеет: анализировать и оценивать профессиональную информацию с применением современных способов и методов организации мониторинговых исследований. Владеет: навыками анализа и оценивания профессиональной информации с применением современных способов и методов организации мониторинговых исследований	устный опрос, тестирование, письменный опрос
	ОПК 2.3. - Вырабатывает пути для разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	Знает: пути разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. Умеет: вырабатывать пути разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. Владеет: технологиями разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	устный опрос, тестирование, письменный опрос
ОПК-6. Способен понимать принципы работы совре-	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной	Знает: необходимое для профессиональной деятельности техническое	устный опрос, тестирование, письменный опрос

менных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	оборудование и программное обеспечение. Умеет: использовать знания современных технических средств в процессе медиапроизводства. Владеет: способностью отслеживать глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	
	ОПК-6.2. Использует современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания журналистского текста и (или) продукта	Знает: современные стационарные и мобильные цифровые устройства. Умеет: использовать свои знания на всех этапах создания текстового материала и (или) продукта Владеет: навыками адаптации возможностей стационарных и мобильных цифровых устройств в профессиональной деятельности.	устный опрос, тестирование, письменный опрос
ПК-1. Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности	ПК - 1.1. Планирует эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности	Знает: основы планирования эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности. Умеет: планировать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогно-	устный опрос, тестирование, письменный опрос

		зов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности. Владеет: навыками эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.	
	ПК - 1.2. Контролирует эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности	Знает: механизмы контроля эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности. Умеет: контролировать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности. Владеет: навыками контроля управления коммуникационной инфра-	устный опрос, тестирование, письменный опрос

		структурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.	
	ПК - 1.3. Осуществляет оценку эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности	Знает: механизмы оценки эффективности управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности. Умеет: оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности. Владеет: навыками оценки управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.	устный опрос, тестирование, письменный опрос
ПК-5. Способен	ПК – 5.1. Органи-	Знает: работу с тексто-	устный опрос, те-

работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д	зует работу с текстовыми редакторами	выми редакторами. Умеет: работать с текстовыми редакторами. Владеет: технологиями работы с текстовыми редакторами.	стирование, письменный опрос
	ПК – 5.2. Использует в работе графические редакторы	Знает: содержание работы с графическими редакторами. Умеет: работать с графическими редакторами. Владеет: технологиями работы с графическими редакторами	устный опрос, тестирование, письменный опрос
	ПК – 5.3. Применяет в работе агрегаторы новостей и электронные подписки	Знает: агрегаторы новостей и электронные подписки. Умеет: работать с агрегаторами новостей и электронными подписками. Владеет: навыками работы с агрегаторами новостей и электронными подписками	устный опрос, тестирование, письменный опрос
ПК-7- Владеет основными принципами и методами сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики	ПК - 7.1. Применяет в профессиональной деятельности основные принципы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб - статистики	Знает: основных принципов сбора статистики посещаемости вебсайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики. Умеет: осуществлять сбор статистики по посещаемости вебсайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики. Владеет: технологиями сбора статистики посещаемости вебсайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики.	устный опрос, тестирование, письменный опрос
	ПК - 7.2. Использует в профессиональной деятельности основные методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб – ста-	Знает: основные методы сбора статистики посещаемости вебсайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики. Умеет: использовать основные методы сбора статистики посещаемости вебсайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики.	

	истики.	сти веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики. Владеет: навыками использования основных методов сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики	
--	---------	---	--

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических часа.

4.2. Структура дисциплины.

4.2.1. Структура дисциплины в заочной форме

№	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лаборат. занятия	Контроль самост. раб	Итоговый контроль	СРС, в том числе зачет	
Модуль 1. Основные виды интернет-продвижения										
1	Цифровые коммуникация и психология потребителя в сети.	2		2	2				14	Формы текущего контроля: устные опросы, тестирование, реферат, доклады, Форма промежуточной аттестации: письменная контрольная работа
2	Закупаемая реклама (контекстная, медийная, видео-реклама, классифайды и прессагрегаторы, лидогенерация и партнёрский маркетинг).	2			4				16	
	Итого по 1 модулю.			2	6				30	
Модуль 2. Разработка и продвижение сайта										Формы текущего контроля:
3	Разработка и продвижение сайта	2		2	2				16	

4	Мобильный маркетинг	2			4				14	устные опросы, тестирование, реферат, доклады, Форма промежуточной аттестации: письменная контрольная работа
	Итого по 2 модулю			2	6				30	36
Модуль 3. Контент и Email-маркетинг										Формы текущего контроля: устные опросы, тестирование, реферат, доклады, Форма промежуточной аттестации: письменная контрольная работа
5.	SMM. Контент-маркетинг	2		2	2				16	
6	Email-маркетинг	2			4				14	
	Итого по 3 модулю.			2	6				30	
Модуль 4 Подготовка и сдача зачета и экзамена										
7	Подготовка и сдача зачета и экзамена	2							36	36
	Итого по 4 модулю.	2							36	36
	ИТОГО			6	12				126	144

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине

Модуль 1. Основные виды интернет-продвижения

Тема 1 Цифровые коммуникация и психология потребителя в сети.

Понятие, инструментарий, портрет digital customer в России

Тема 2. Закупаемая реклама (контекстная, медийная, видео-реклама, классифайды и прессагрегаторы, лидогенерация и партнёрский маркетинг).

Контентное продвижение (поисковая оптимизация, SMM, email-маркетинг, контент-маркетинг)

Модуль 2. Разработка и продвижение сайта

Тема 3. Разработка и продвижение сайта

Типы сайтов, стратегия, тактика, измеримость результата, этапы создания веб-проекта, прототипы, техническое задание, контент, дизайн, тестирование, поисковая оптимизация.

Тема 4. Мобильный маркетинг

Проблематика. Обзор трендов. Стратегия

Модуль 3. Контент и Email-маркетинг

Тема 5. SMM. Контент-маркетинг

Статистика пользователей, управление репутацией, форматы и таргеты, какие задачи для бизнеса решают соцсети, таргетированная реклама, аукцион в соцсетях, создание и тестирование гипотез, ретаргетинг.

Тема 6. Email-маркетинг

Обзор рынка mail в России, решения, измерения, возможности, тренды, кейсы

4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине

Модуль 1. Основные виды интернет-продвижения

Тема 1 Цифровые коммуникация и психология потребителя в сети.

Понятие, инструментарий, портрет digital customer в России

Тема 2. Закупаемая реклама (контекстная, медийная, видео-реклама, классифайды и прессагрегаторы, лидогенерация и партнёрский маркетинг).

Контентное продвижение (поисковая оптимизация, SMM, email-маркетинг, контент-маркетинг)

Практическое задание по модулю 1.

Описать один отечественный или зарубежный электронный магазин.

В описании раскрыть следующие вопросы:

- Адрес магазина в Интернет, наименование, в каком городе расположен, ассортимент;
- Как устроена витрина магазина (каталог, поле ввода имени и пароля, регистрация и личные данные, поиск товара, каталог, новинки, покупательская корзина, оформление заказа);
- Тематическая организация каталогов товара (по видам, по производителям);
- Система навигации по сайту (карта сайта, поиск товара в магазине; обычный поиск, расширенный поиск, тематический поиск по каталогу, просмотр новинок, бестселлеров)
- Отбор товаров в пользовательскую корзину. Как добавить, удалить, отложить на потом товар в корзине?
- Оформление заказа. Шаги оформления заказа. Способы доставки. География доставки.

- Оплата заказа. Способы оплаты. Описать схему оплаты одного из способов.

Модуль 2. Разработка и продвижение сайта

Тема 3. Разработка и продвижение сайта

Типы сайтов, стратегия, тактика, измеримость результата, этапы создания веб-проекта, прототипы, техническое задание, контент, дизайн, тестирование, поисковая оптимизация.

Тема 4. Мобильный маркетинг

Проблематика. Обзор трендов. Стратегия

Практическое задание к модулю 2.

Описать электронную платежную систему.

В описании раскрыть следующие вопросы:

- характеристика банка;
- виды платежных инструментов (кредитные карты, электронные кошельки и т.д.);
- схемы оплаты с использованием кредитных карт, электронных кошельков.
- перечень услуг для физических и юридических лиц;
- тарифы основных видов услуг;
- как открыть счет.

Модуль 3. Контент и Email-маркетинг

Тема 5. SMM. Контент-маркетинг

Статистика пользователей, управление репутацией, форматы и таргеты, какие задачи для бизнеса решают соцсети, таргетированная реклама, аукцион в соцсетях, создание и тестирование гипотез, ретаргетинг.

Тема 6. Email-маркетинг

Обзор рынка mail в России, решения, измерения, возможности, тренды, кейсы

Практическое задание к модулю 3

Создать группу в "ВКонтакте"

Сформировать контент

Обновлять содержание группы, увеличивая число подписчиков

Оценить эффективность продвижения группы в соцсети.

5. Образовательные технологии

Лекционные и практические занятия проводятся с использованием меловой доски и мела и персональных компьютеров. Параллельно материал транслируется на экран с помощью мультимедийного проектора. Для проведения лекционных занятий необходима аудитория, оснащенная мультимедиа-проектором, экраном, доской, ноутбуком (с программным обеспечением для демонстрации слайд-презентаций).

Для проведения лабораторных занятий необходима аудитория на 15 человек, оснащена доской, компьютерами.

На практических занятиях посредством мультимедийных средств широко используется *демонстрационный материал*, который усиливает ощущения и восприятия обучаемого. В частности, при изучении дисциплины предусмотрено применение следующих образовательных технологий:

Презентация – представление студентом наработанной информации по заданной тематике в виде набора слайдов и спецэффектов, подготовленных в выбранной программе.

– *Творческие задания* – самостоятельная творческая деятельность студента, в которой он реализует свой личностный потенциал, демонстрирует умение грамотно и ясно выражать свои мысли, идеи.

– *Компьютерные технологии* (компьютерный опрос, лекция – презентация, доклады студентов в сопровождении мультимедиа);

– *Диалоговые технологии* (опрос, взаимопрос, дискуссия между студентами, дискуссия преподавателя и студентов);

– Технологии на основе метода *опережающего обучения* и др.

В ходе изучения дисциплины предусматриваются активные и интерактивные формы проведения занятий, в частности, с использованием разнообразных методов организации и осуществления:

– *учебно-познавательной деятельности* (словесные, наглядные и практические методы передачи информации, проблемные лекции и др.);

– *стимулирования и мотивации учебно-познавательной деятельности* (дискуссии, самостоятельные исследования по обозначенной проблематике, публикация статьи и др.);

– *контроля и самоконтроля* (индивидуального и фронтального, устного и письменного опроса, экзамена).

Формы и методы обучения

Форма занятия	Применяемые методы обучения	Виды оценочных средств
Лекционные занятия	Интерактивные методы: дискуссия; метод анализа конкретной ситуации; проблемная лекция; метод опережающего обучения.	Тестовые задания, вопросы к экзамену, вопросы по докладам и др.
Практические занятия	Интерактивные методы: дискуссия; метод анализа конкретной ситуации; метод опережающего обучения. Интерактивная практическая работа (работа с электронными учебниками); групповая форма работы (парами, фронтальная, групповая, индивидуальная, микрогруппы); дискуссия на практическом занятии (публичное обсуждение или свободный вербальный обмен знаниями)	Тестовые задания, вопросы к зачету, вопросы по докладам и др.
Лабораторные занятия	Данный вид нагрузки не предусмотрен учебным планом	

Самостоятельная работа студентов	Метод проектов, организационно-деятельностная игра	Тестовые задания, задания для самостоятельной работы; балльно-рейтинговая оценка качества и уровня студенческих докладов, рефератов и презентаций
----------------------------------	--	---

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

На занятиях по дисциплине обсуждаются наиболее важные проблемы при активном участии студентов. Активность студентов, как правило, зависит от правильного понимания учебного материала, изучения конспекта лекций и конспектирования первоисточников, знания понятийного аппарата, а также должной подготовки по предмету и общей эрудиции. При самостоятельной работе необходимо использовать справочную и учебную литературу, первоисточники, а только затем обращаться к лекциям.

В процессе самостоятельной работы над каждой темой студентом должны осуществляться следующие виды деятельности:

- Проработка учебного материала по конспектам лекций, основной и дополнительной учебной литературе.
- Работа над вопросами и заданиями для самоподготовки.
- Работа над терминологией.
- Поиск и обзор научных публикаций и электронных источников информации, подготовка заключения по обзору.

Рекомендуется следующий порядок самостоятельной работы студентов *с основной и дополнительной литературой*:

- 1) ознакомиться с содержанием главы учебника, монографии, статьи, стараясь в первую очередь понять сущность исследуемой в работе проблемы;
- 2) уяснить основные характеристики исследуемых процессов и явлений, осмыслить главные выводы, представленные в работе и сформулировать на их базе собственные;
- 3) кратко законспектировать материал, осветив соответствующий вопрос (вопросы) рабочей программы дисциплины.

Подготовка краткого конспекта является обязательным условием успешного усвоения предмета.

Примерное распределение времени самостоятельной работы студентов

Вид самостоятельной работы	Примерная трудоёмкость, а.ч.
Текущая СРС	
работа с лекционным материалом, с учебной литературой	20
самостоятельное изучение разделов дисциплины	20
подготовка к практическим занятиям	10
подготовка к контрольным работам	10
подготовка и сдача экзамена	36
Творческая проблемно-ориентированная СРС	
выполнение научных докладов и рефератов	10
поиск, изучение и презентация информации по заданной проблеме, анализ научных публикаций по заданной теме	10
анализ информации по теме на основе собранных данных	10

Темы, виды и содержание самостоятельной работы по дисциплине

Разделы и темы для самостоятельного изучения	Виды и содержание самостоятельной работы	Кол-во часов	Форма контроля
Модуль 1. Основные виды интернет-продвижения			
Цифровые коммуникация и психология потребителя в сети.	Составление конспекта. Работа с учебной литературой. Подготовка реферата	14	Устный опрос, тестирование
Закупаемая реклама (контекстная, медийная, видеореклама, классифайды и прессагрегаторы, лидогенерация и партнёрский маркетинг).	Составление конспекта. Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	16	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
Модуль 2. Разработка и продвижение сайта.			
Разработка и продвижение сайта	Составление конспекта. Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	16	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Мобильный маркетинг	Составление конспекта. Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	14	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Модуль 3. Контент и Email-маркетинг			
SMM. Контент-маркетинг	Составление конспекта. Работа с учебной литературой. Подготовка реферата	16	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Email-маркетинг	Составление конспекта. Работа с учебной литературой. Подготовка реферата	14	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Модуль 4 Подготовка и сдача зачета и экзамена		36	

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Типовые контрольные задания

Примерная тематика докладов и рефератов

1. Понятие информации и информационного ресурса
2. Электронные информационные ресурсы в маркетинге
3. Качество информации и факторы, его определяющие
4. Маркетинг и информационное общество: развитие теории и концепций
5. Искусственный интеллект в маркетинге
6. КИС и ее маркетинговые функции
7. Различные подходы к понятию маркетинговой информационной системы
8. Изменение комплекса маркетинга в цифровой экономике
9. Развитие возможностей интернет-маркетинга для бизнеса
10. Обзор современных информационных технологий в рекламе
11. Облачные вычисления в маркетинге
12. Виртуальные технологии в маркетинге: плюсы и минусы
13. Современные инструменты работы с информацией
14. CRM. Перспективы развития
15. Обзор программных продуктов автоматизации маркетинга

Вопросы для проведения итогового контроля в форме экзамена

1. Портрет digital customer в России.
2. Основные виды интернет-продвижения. Закупаемая реклама
3. Основные виды интернет-продвижения. Контентное продвижение
4. Разработка и продвижение сайта. Типы сайтов. этапы создания веб-проекта. поисковая оптимизация.
5. Стратегия мобильного маркетинга.
6. Лидогенерация. Виды лидов, для кого подходит, как выбрать поставщика.
7. Реклама в Google.Adwords. Возможности и параметры рекламных кампаний, связь рекламных кампаний с Google.Analytics, оптимизация рекламных кампаний, оплата рекламы.
8. Реклама в Яндекс. Директ. Задачи, которые позволяет решить Яндекс.директ, основные этапы по созданию кампании, оценка эффективности.
9. Маркетинг в соцсетях (SMM). Контент-маркетинг, управление репутацией, форматы и таргеты рекламы, какие задачи для бизнеса решают соцсети, таргетированная реклама, аукцион в соцсетях, ретаргетинг.
10. Закупка рекламы по технологии RTB и Programmatic Buying. Методы закупки, измерения / верификация, возможности, форматы.
11. Email-маркетинг. Решения, измерения, возможности.
12. Видеомаркетинг. Типы продающих видео, видео на посадочных страницах сайтов, в соцсетях, Youtube, необходимые элементы эффективных продающих видео, брендрование видео-контента, таргетинги и видеомаркетинг.

7.2. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования

компетенций.

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля - 50% и промежуточного контроля - 50%.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий - 10 баллов,
- участие на практических занятиях - 50 баллов,
- выполнение домашних (аудиторных) контрольных и лабораторных работ – 40 баллов.

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- устный опрос - 40 баллов,
- письменная контрольная работа - 60 баллов

Критерии оценки знаний студентов

100 баллов – студент показал глубокие и систематизированные знания учебного материала по теме; глубоко усвоил учебную литературу; хорошо знаком с научной литературой; активно использовал материалы из первоисточников; цитировал различных авторов; принимал активное участие в обсуждении узловых вопросов на всём протяжении семинарского занятия; умеет глубоко и всесторонне анализировать те или иные исторические события; в совершенстве владеет соответствующей терминологией; материал излагает чётко и лингвистически грамотно; отличается способностью давать собственные оценки, делать выводы, проводить параллели и самостоятельно рассуждать.

90 баллов – студент показал полные знания учебно-программного материала по теме; хорошо усвоил учебную литературу; знаком с научной литературой; использовал материалы из первоисточников; цитировал различных авторов; принимал активное участие в обсуждении узловых вопросов; проявил способность к научному анализу материала; хорошо владеет соответствующей терминологией; материал излагается последовательно и логично; отличается способностью давать собственные оценки, делать выводы, рассуждать; показал высокий уровень исполнения заданий, но допускает отдельные неточности общего характера.

80 баллов – студент показал достаточно полное знание учебно-программного материала; усвоил основную литературу, рекомендованную программой; владеет методом комплексного анализа; показал способность аргументировать свою точку зрения с использованием материала из первоисточников; правильно ответил практически на все вопросы преподавателя в рамках обсуждаемой темы; систематически участвовал в групповых обсуждениях; не допускал в ответе существенных неточностей.

70 баллов – студент показал достаточно полное знание учебного материала, не допускал в ответе существенных неточностей, активно работал на семинарском занятии, показал систематический характер знаний по дисциплине, цитирует первоисточники, но не может теоретически обосновать некоторые выводы.

60 баллов – студент обладает хорошими знаниями по всем вопросам темы занятия, не допускал в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнил основные предусмотренные программой задания, усвоил основную литературу, отличается достаточной активностью на семинарском занятии; умеет делать выводы без существенных ошибок, но при этом не дан анализ информации из первоисточников.

50 баллов – студент усвоил лишь часть программного материала, вместе с тем ответ его стилистически грамотный, умеет логически рассуждать; допустил одну существенную или несколько несущественных ошибок; знает терминологию; умеет делать выводы и проводить некоторые параллели.

40 баллов – студент знает лишь часть программного материала, не отличался активностью на семинарском занятии; усвоил не всю основную литературу, рекомендованную программой; нет систематического и последовательного изложения материала; в ответах допустил достаточное количество несущественных ошибок в определении понятий и ка-

тегорий, дат и т.п.; умеет делать выводы без существенных ошибок; наличие грамматических и стилистических ошибок и др.

30 баллов – студент имеет недостаточно полный объём знаний в рамках образовательного стандарта; знает лишь отдельные вопросы темы, кроме того допускает серьёзные ошибки и неточности; наличие в ответе стилистических и логических ошибок.

20 баллов – у студента лишь фрагментарные знания или отсутствие знаний по значительной части заданной темы; не знает основную литературу; не принимал участия в обсуждении вопросов по теме семинарского занятия; допускал существенные ошибки при ответе; студент не умеет использовать научную терминологию дисциплины; наличие в ответе стилистических и логических ошибок.

10 балл — отсутствие знаний по теме или отказ от ответа.

Шкала диапазона для перевода рейтингового балла по дисциплине с учётом итогового контроля в «5»- балльную систему.

0 – 50 баллов – «неудовлетворительно»;

51 – 65 баллов – «удовлетворительно»;

66 – 85 баллов – «хорошо»;

86 – 100 баллов – «отлично».

8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.

а) Основная литература:

1. Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / Акулич М.В. - М.: Дашков и К, 2016. - 352 с.: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=541640>
2. Функциональный и интернет-маркетинг: Монография / О.С. Сухарев, Н.В. Курманов, К.Р. Мельковская. - М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 352 с. <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=398462>
3. Интернет-реклама: Учебное пособие / А.А. Годин, А.М. Годин, В.М. Комаров. - 2-е изд. - М.: Дашков и К, 2012. - 168 с.: 60x84 1/16. (обложка) ISBN 978-5-394-00465-0, <http://znanium.com/bookread.php?book=337799>
4. Наталия Ермолова, Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ - М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2017. - 358 с. – Режим доступа: <http://lib.alpinadigital.ru/reader/book/726>

б) дополнительная литература:

1. Гаврилов М. В., Климов В. А.. Информатика и информационные технологии [Электронный ресурс]: Учебник. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. - 383 – Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/bcode/431772>
2. Kaushik, A. Web Analytics 2.0: The Art of Online Accountability and Science of Customer Centricity. [Электронный ресурс] / Avinash Kaushik; БД books24x7. – Sybex, 2010. – 504 pages. – ISBN 978-0-470-52939-3. – Режим доступа: <http://common.books24x7.com/toc.aspx?bookid=41112> .
3. Артем Сенаторов, Битва за подписчика «ВКонтакте»: SMM-руководство / - М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2015. - 331 с. – Режим доступа: <http://lib.alpinadigital.ru/reader/book/1460>
4. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. —

109 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/441313>

5. Рынки информационно-коммуникационных технологий и организация продаж : учебник / В.Н. Наумов. — М. : ИНФРА-М, 2019. — 404 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — www.dx.doi.org/10.12737/21026. — Режим па: <http://znanium.com/catalog/product/995939>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. Университетская библиотека online : [электронно-библиотечная система] / ООО «ДиректМедиа». — Москва, 2001 — . — URL: <http://www.biblioclub.ru> (дата обращения: 01.06.2021). — Режим доступа: по подписке. — Текст: электронный
2. .eLIBRARY.RU [Электронный ресурс]: электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 – . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения: 01.06.2021). – Яз. рус., англ.
3. Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах лит, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. – Махачкала, 2010 – Режим доступа: <http://elib.dgu.ru>, свободный (дата обращения: 21.6.2021).
4. Book.ru : электронно-библиотечная система / ООО «КноРус Медиа». — Москва, 2010 — . — URL: <https://www.book.ru/> (дата обращения: 13.06.2021). — Режим доступа: по подписке. — Текст: электронный.

Современные профессиональные базы данных:

1. База данных Web of Science (СУБЛИЦЕНЗИОННЫЙ ДОГОВОР №WoS/242 от «02» апреля 2018 г.)
2. База данных SCOPUS (СУБЛИЦЕНЗИОННЫЙ ДОГОВОР №SCOPUS/242 г. «09» января 2018 г.)
3. База данных APS Online Journals (СУБЛИЦЕНЗИОННЫЙ ДОГОВОР № APS/ 73 от «09» января 2018 г.)
4. База данных Proquest Dissertations and Theses Global (СУБЛИЦЕНЗИОННЫЙ ДОГОВОР № ProQuest/73 «09» января 2018 г.)
5. База данных SAGE Premier (СУБЛИЦЕНЗИОННЫЙ ДОГОВОР №SAGE/73 г. «09» января 2018 г.)
6. База данных The American Association for the Advancement of Science (СУБЛИЦЕНЗИОННЫЙ ДОГОВОР № SCI/73 г. «09» января 2018 г.)

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Основными видами аудиторной работы освоения дисциплины студентов являются лекционные и практические занятия.

В ходе лекций преподаватель излагает и разъясняет основные, наиболее сложные понятия темы, а также связанные с ней теоретические и практические проблемы, дает рекомендации и указания для организации самостоятельной работы, что определяет важность присутствия студентов на лекционных занятиях.

Самостоятельная работа позволяет наравне с лекционным материалом, изучить наиболее важные темы учебной дисциплины. Она служит для закрепления изученного материала, развития умений и навыков подготовки рефератов, ведения дискуссии, аргументации и защиты выдвигаемых положений, а также для контроля преподавателем степени подготовленности студентов по изучаемой дисциплине.

Сообщения, предполагающие анализ публикаций по отдельным вопросам, заслушиваются обычно в конце занятия. Поощряется выдвижение и обсуждение альтернатив-

ных мнений. В заключительном слове преподаватель подводит итоги обсуждения и объявляет оценки выступавшим студентам.

При организации самостоятельной работе, студенты имеют возможность воспользоваться консультациями преподавателя. Кроме указанных тем студенты вправе, по согласованию с преподавателем, избирать и другие интересующие их темы.

Для организации самостоятельной работы нужно использовать справочную и учебную литературу, первоисточники, периодические издания и т.д.

Качество учебной работы студентов преподаватель оценивает в конце изучения учебной дисциплины, выставя экзаменационные оценки.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Программное обеспечение:

Microsoft Windows (программа для ЭВМ Microsoft Imagine Premium, 3 years, Renewal, контракт №188-ОА ИКЗ: 181056203998305720100100231875829000 от 21.11.2018 г. с ООО «Софттекс» Программа для ЭВМ Microsoft OfficeStd 2016 RUS OLP NL Acdmс, контракт №219-ОА от 19.12.2018 г. с ООО «Фирма АС») используется для создания текстовых файлов (рефератов, курсовых, выпускных квалификационных работ), Power Point - для создания презентаций, визуального сопровождения докладов по темам занятий, Microsoft Internet Explorer - для дополнительного поиска информации, подготовки к практическим занятиям, в целях поиска информации для самостоятельной работы, ABBYY FineReader - для распознавания и преобразования текста.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Для проведения занятий по дисциплине ««Разработка и технологии производства видеорекламы»используются:

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, в которой имеются: посадочные места - 25; интерактивная доска -1; стол преподавателя -1; стул преподавателя – 1; проектор Benq MP670 с креплением - 1.
2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, в которой имеются: посадочные места -25; доска -1; стол преподавателя-1; стул преподавателя – 1.
3. Помещение для самостоятельной работы обучающихся, в котором имеются: посадочные места - 15; доска маркерная-1; стол преподавателя 1; стул преподавателя-1; компьютеры Core 2 DUOE 5200. Asusg43M.HDD 500Gb.DDR 2Gb.DVD+RW – 15.