

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 бакалавриата:**

42.03.01 Реклама и связь с общественностью

#### **Направленность (профиль) программы:**

Связи с общественностью и коммуникативные технологии

#### **Форма обучения:**

заочная

#### **Статус дисциплины:**

*входит в обязательную часть ОПОП*

Махачкала, 2022

Рабочая программа дисциплины «Цифровые коммуникации» составлена в 2022 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 21.03.2022 г., протокол № 7

Зав. кафедрой  Айгубов С.З.  
(подпись)

на заседании Методической комиссии социального факультета  
от 25.03.2022 г., протокол № 7

Председатель УМС  доц. Абдусаламова Р.А.  
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим  
управлением «31» марта 2022 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 *зачета*

**Объем дисциплины:** 3 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий:

Заочная форма обучения

курс	Учебные занятия							Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)
	в том числе:							
	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем					СРС, в том числе зачет	
		всего	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР		
2	108	16	6		10		92	<i>зачет</i>

### 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 радиoprogramмы, 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).**

<b>Код и наименование компетенции из ОПОП</b>	<b>Код и наименование индикатора достижения компетенций (в соответствии с ОПОП)</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Процедура освоения</b>
УК -1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход	УК -1.1. Проводит структурный функциональный анализ проблемной ситуации в сфере профессиональной деятельности	Знает: структурный функциональный анализ проблемной ситуации в сфере профессиональной деятельности осуществляет	устный опрос, тестирование, письменный опрос

<p>для решения поставленных задач</p>	<p>осуществляет морфологический и генетический анализ ситуации в рамках решаемой профессиональной проблемы.</p>	<p>морфологический и генетический анализ ситуации в рамках решаемой профессиональной проблемы. Умеет: проводит структурный 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.</p>	
	<p>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</p>	<p>Знает: критерии и показатели для оценки ситуации и возможных вариантов ее развития подбирает и обосновывает возможные стратегии действий в проблемно ситуации в сфере профессиональной деятельности. Умеет: определять критерии и показатели для оценки ситуации и возможных вариантов ее развития подбирает и обосновывает</p>	<p>устный опрос, тестирование, письменный опрос</p>

		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	
	УК - 1.3. Составляет план решения профессиональной проблемы оценивает эффективность предлагаемых решений с точки зрения прогнозируемого результата их реализации	Знает: методы составления плана решения профессиональной проблемы оценивает эффективность предлагаемых решений с точки зрения прогнозируемого результата их реализации. Умеет: составлять план решения профессиональной проблемы оценивает эффективность предлагаемых решений с точки зрения прогнозируемого результата их реализации. Владеет: технологией составления плана решения профессиональной проблемы оценивает эффективность предлагаемых решений с точки зрения прогнозируемого результата их реализации	устный опрос, тестирование, письменный опрос
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития	ОПК 2.1. - Анализирует, объясняет и	Знает: закономерности анализа, описания и прогнозирования	устный опрос, тестирование, письменный опрос

<p>общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>прогнозирует тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.</p>	<p>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, концепций, подходов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	
	<p>ОПК 2.2.-          Анализирует и оценивает профессиональную информацию с применением современных способов и методов организации мониторинговых исследований</p>	<p>Знает: методы анализа и оценивания профессиональной информации с применением современных способов и методов организации мониторинговых исследований. Умеет: анализировать и оценивать профессиональную информацию с</p>	<p>устный опрос, тестирование, письменный опрос</p>

		применением современных способов и методов организации мониторинговых исследований. Владеет: навыками анализа и оценивания профессиональной информации с применением современных способов и методов организации мониторинговых исследований	
	ОПК 2.3. - Выработывает 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: выработывать 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 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	Знает: необходимое для профессиональной деятельности техническое оборудование и программное обеспечение. Умеет: использовать знания современных технических средств в процессе медиапроизводства. Владеет: способностью отслеживать	устный опрос, тестирование, письменный опрос



		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	устный опрос, тестирование, письменный опрос

		<p>написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.</p> <p>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.</p>	
	<p>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</p>	<p>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.</p> <p>Умеет: контролировать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая</p>	<p>устный опрос, тестирование, письменный опрос</p>

		<p>написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.</p> <p>Владеет: навыками контроля 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.</p>	
	<p>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</p>	<p>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.</p> <p>Умеет: оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок,</p>	<p>устный опрос, тестирование, письменный опрос</p>

		<p>обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности.</p> <p>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.</p>	
<p>ПК-5. Способен работать с текстовыми и графическими редакторами, агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д</p>	<p>ПК – 5.1. Организует работу с текстовыми редакторами</p>	<p>Знает: работу с текстовыми редакторами. Умеет: работать с текстовыми редакторами. Владеет: технологиями работы с текстовыми редакторами.</p>	<p>устный опрос, тестирование, письменный опрос</p>
	<p>ПК – 5.2. Использует в работе графические редакторы</p>	<p>Знает: содержание работы с графическими редакторами. Умеет: работать с графическими редакторами. Владеет: технологиями работы с графическими редакторами</p>	<p>устный опрос, тестирование, письменный опрос</p>
	<p>ПК – 5.3. Применяет в работе агрегаторы новостей и электронные подписки</p>	<p>Знает: агрегаторы новостей и электронные подписки. Умеет: работать с агрегаторами новостей и электронными подписками. Владеет: навыками работы с агрегаторами новостей и</p>	<p>устный опрос, тестирование, письменный опрос</p>

		электронными подписками	
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 сещаемости 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 – статистики.	Знает: основные методы сбора статистики посещаемости вебсайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики. Умеет: использовать основные методы сбора статистики посещаемости 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	курс	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						СРС, в том числе зачет	Формы текущего контроля успеваемости и (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лаборат. занятия	Контроль самост. раб	Итоговый контроль			
<b>Модуль 1. Основные виды интернет-продвижения</b>											
1	Цифровые коммуникация и психология потребителя в сети.	2		2					16	<b>Формы текущего контроля:</b> устные опросы, тестирование, реферат, доклады, <b>Форма промежуточной аттестации:</b> письменная контрольная работа	
2	Закупаемая реклама (контекстная, медийная, видео-реклама, классифайды и прессагрегаторы, лидогенерация и партнёрский маркетинг).	2			2				16		
	<b>Итого по 1 модулю.</b>			2	2				32		
<b>Модуль 2. Разработка и продвижение сайта</b>											
3	Разработка и продвижение сайта	2		2	2				16	<b>Формы текущего контроля:</b> устные опросы, тестирование, реферат, доклады, <b>Форма промежуточной аттестации:</b> письменная контрольная работа	
4	Мобильный маркетинг	2			2				14		
	<b>Итого по 2 модулю</b>			2	4				30		36

Модуль 3. Контент и Email-маркетинг									<b>Формы текущего контроля:</b> устные опросы, тестирование, реферат, доклады, <b>Форма промежуточной аттестации:</b> письменная контрольная работа	
5.	SMM. Контент-маркетинг	2		2	2					16
6	Email-маркетинг	2			2					14
	<b>Итого по 3 модулю.</b>			2	4					30
	<b>ИТОГО</b>			6	10				92	108

### 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**

<b>Форма занятия</b>	<b>Применяемые методы обучения</b>	<b>Виды оценочных средств</b>
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*

<b>Вид самостоятельной работы</b>	<b>Примерная трудоёмкость, а.ч.</b>
<b>Текущая СРС</b>	
работа с лекционным материалом, с учебной литературой	16
самостоятельное изучение разделов дисциплины	14
подготовка к практическим занятиям	10
подготовка к контрольным работам	10
подготовка и сдача зачета	12
<b>Творческая проблемно-ориентированная СРС</b>	
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
<b>Итого СРС:</b>	<b>92</b>

### **Темы, виды и содержание самостоятельной работы по дисциплине**

<b>Разделы и темы для самостоятельного изучения</b>	<b>Виды и содержание самостоятельной работы</b>	<b>Кол-во часов</b>	<b>Форма контроля</b>
<b>Модуль 1. Основные виды интернет-продвижения</b>			
Цифровые коммуникация и психология потребителя в сети.	Составление конспекта. Работа с учебной литературой. Подготовка реферата	16	Устный опрос, тестирование

Закупаемая реклама (контекстная, медийная, видео-реклама, классифайды и прессагрегаторы, лидогенерация и партнёрский маркетинг).	Составление конспекта. Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	16	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
<b>Модуль 2. Разработка и продвижение сайта.</b>			
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.
<b>Модуль 3. Контент и Email-маркетинг</b>			
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.

**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, брендинг видео-контента, таргетинги и видеомаркетинг.

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

1. 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– 20 баллов,
- выполнение самостоятельных, контрольных работ– 20 баллов.

#### Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- письменная контрольная работа - 50 баллов.

2. Критерии оценок при проведении текущего контроля успеваемости

- Выполнение контрольной работы:

*оценка «отлично»* - выставляется студенту, если студент дал подробные ответы на все заданные вопросы. При этом студент должен показать знания не только из основной литературы, но и знания из дополнительной литературы, сети Internet;

*оценка «хорошо»* - выставляется студенту, если студент дал полные ответы на все вопросы, показав знания из основной литературы. При этом студент допустил несущественные недочеты в ответах и незначительные нарушения логики изложения материала;

*оценка «удовлетворительно»*: знание и понимание основного материала, наличие несущественных ошибок (не более 50%) при неспособности их последовательного и логического изложения, вызывает затруднение использование терминологии дисциплины;

*оценка «неудовлетворительно»*: непонимание сущности вопросов, грубые существенные ошибки в ответе, отсутствие способности к письменному изложению материала.

- Критерии оценки коллоквиума:

*оценка «отлично»*: ответ полный, правильный, самостоятельный; материал изложен в определенной логической последовательности, демонстрируется многосторонность подходов, многоаспектность обсуждения проблемы, умение находить рациональные пути решения задач, устанавливать причинно- следственные связи, в логическом рассуждении при решении задачи, графических построениях нет ошибок, задача решена рациональным способом с корректным использованием необходимых величин, получен верный ответ. Верные ответы даны на 86-100%

*оценка «хорошо»*: дан полный, правильный ответ на основе изученных понятий, но допускаются несущественные ошибки. Верные ответы даны на 66-85%.

*оценка «удовлетворительно»*: дан полный ответ, но при этом есть существенные ошибки указывающие на неумение использовать теоретические знания и умения при решении поставленных задач. Данные пробелы в знаниях не препятствуют дальнейшему обучению. Верные ответы даны на 51-65%

*оценка «неудовлетворительно»*: ответ обнаруживает незнание основного (порогового) содержания учебного материала. Верные ответы даны менее 50%.

Контроль освоения дисциплины и оценка знаний обучающихся на **зачете** производится в соответствии с Положением о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ДГУ и его филиалов.

*оценка «отлично»*: ответ полный, правильный, самостоятельный, материал изложен в определенной логической последовательности демонстрируется многосторонность подходов, многоаспектность обсуждения проблемы, умение аргументировать собственную точку зрения, находить пути решения познавательных задач, устанавливать причинно-следственные связи между строением, свойствами и применением веществ, в логическом рассуждении, решении задачи, графических построениях нет ошибок, задача решена рациональным способом.

*оценка «хорошо»*: дан полный, правильный, самостоятельный ответ на основе изученных понятий, концепций, закономерностей, но допускаются несущественные ошибки в решении задач.

*оценка «удовлетворительно»*: дан полный ответ, но при этом есть существенные ошибки указывающие на неумение использовать теоретические знания и умения при решении поставленных задач. Данные пробелы в знаниях не препятствуют дальнейшему обучению.

*оценка «неудовлетворительно»*: ответ обнаруживает незнание основного (порогового) содержания учебного материала. менее 50%, уровень не сформирован.

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

0 – 50 баллов – «незачтено»;

51 – 100 баллов – «зачтено».

## **8. Учебно-методическое обеспечение дисциплины.**

### **а) адрес сайта курса:**

1. Сайт кафедры социальных и информационных технологий ДГУ:

<http://cathedra.dgu.ru/Default.aspx?id=1363>

2. Образовательный блог: <https://chislen-met.blogspot.com/>

### **б) 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>

### **в) 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](http://www.dx.doi.org/10.12737/21026). - Режим доступа: <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> — 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>. – 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
4. Book.ru : электронно-библиотечная система / ООО «КноРус Медиа». — Москва, 2010 — .URL: <https://www.book.ru/> — 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 альтернативных 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, выставляя 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 Acdmc, 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.