

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

ИНСТИТУТ ОТРАСЛЕВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Факультет рыночных технологий

Кафедра маркетинга и рекламы

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры маркетинга и рекламы
Протокол от «17» февраля 20120г.
№ 2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.04 Digital-коммуникации

Направление подготовки
38.04.02 Менеджмент

Направленность (профиль)
"Управление рекламным и медиабизнесом"

Квалификация
Магистр

Форма обучения
Очно-заочная

Год набора - 2020

Москва, 2020 г.

Автор-составитель:

к.э.н., доцент кафедры маркетинга и рекламы А.Б. Цветкова

И.о. заведующего кафедры маркетинга и рекламы, к.э.н, доцент Сяглова Ю.В.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.04 «Digital-коммуникации» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-5	Владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	ПК-5.1	Способность использования методов экономического и стратегического анализа коммуникативного поведения субъектов рынка
ПК-7	Способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	ПК-7.2	Способность обобщать информацию и делать выводы на основе проведенного анализа информации

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ПС-40.033	ПК-5.1 ПК-7.2	на уровне знаний: знать теоретические основы комплекса маркетинга цифровых коммуникаций
		на уровне умений: уметь формировать комплекс маркетинга цифровых коммуникаций для предприятия торговли
		на уровне навыков: владеть навыком написания медиаплана по цифровым коммуникациям для промпредприятия торговли

2. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

<i>Очно-заочная форма обучения</i>		
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		30
лекционного типа (Л)		12
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)		
практического (семинарского) типа (ПЗ)		18
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		42
Промежуточная аттестация	форма	экзамен
	час.	36
Общая трудоемкость (час. / з.е.)		108/3

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.04 «Digital-коммуникации» изучается на 1 курсе, во 2 семестре по очно-заочной форме обучения.

Освоение дисциплины опирается на минимально необходимый объем теоретических знаний, полученных обучающимися в ходе обучения по программам уровня бакалавриата (например, дисциплины: история, философия, иностранный язык, культурология, психология и др. и практических навыков коммуникаций.

Дисциплина реализуется после изучения дисциплин: Б1.Б.05 «Теория организации и организационное поведение» и Б1.Б.06 «Современные коммуникации в менеджменте».

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий и структура дисциплины

Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.					Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации	
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					СР
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Тема 1	Основные термины и понятия	12	2		3		7	Д
Тема 2	Стратегическое планирование в digital	12	2		3		7	Д, Эс
Тема 3	Реализация стратегий и проектов	12	2		3		7	Д
Тема 4	Особенности реализации инструментов и проектов в digital	12	2		3		7	Д, Эс
Тема 5	Оценка эффективности и аналитика	12	2		3		7	Д
Тема 6	Особенности и	12	2		3		7	Д

	принципы взаимодействия схемы "клиент - агентство"							
Промежуточная аттестация	36							Экзамен
Всего:	108	12		18		42		

Примечание:

** - формы текущего контроля: диспут (Д), эссе (Э).*

Содержание дисциплины

Тема 1. Основные термины и понятия

Что есть «digital-коммуникации». Место «цифровых коммуникаций» в структуре маркетинговых коммуникаций. Общие понятия и термины. Факты, тренды и будущее. Направления в цифровых коммуникациях. Инструменты, применяемые в каждом направлении.

Тема 2. Стратегическое планирование в digital

Что такое стратегическое планирование.
 Что такое: цель, задача, тактика, решение, анализ, вывод.
 Что такое «digital-коммуникации».
 Обязательные элементы стратегии.
 Необходимые вводные для стратегии.
 Поиск информации для стратегии.
 Источники информации для digital-стратегии.
 Основные термины и понятия.

Тема 3. Реализация стратегий и проектов

Основные понятия и термины.
 Проектный менеджмент в цифровых коммуникациях.
 Финансовые аспекты реализации проектов.
 Медиапланирование и медиапланы.
 Баинг в digital.
 Правовые аспекты реализации проектов в digital.

Тема 4. Особенности реализации инструментов и проектов в digital

Основные понятия и термины.
 Размещения онлайн-видео.
 Размещение баннеров.
 Размещение вирусных посевов.
 Контекстная реклама.
 Агенты влияния.
 Social listening.
 SMM.
 Native.
 Мобильная реклама.
 Emailing.
 Спецпроекты.
 Программы лояльности.
 Продвижение мобильных приложений.

Производство сайтов.
 Производство баннеров.
 Производство мобильных приложений.
 Telegram, чат-боты.
 Модели закупки трафика и размещений, бенчмарки по стоимости, виды и бенчмарки KPI.
 Площадки, вендоры - основные особенности.
 Правовые аспекты.

Тема 5. Оценка эффективности и аналитика

Основные термины и понятия.
 Системы аналитики: Google analytics и Яндекс метрика.
 Основные параметры и бенчмарки.
 Adriver, AdFox и другие системы.

Тема 6. Особенности и принципы взаимодействия схемы "клиент - агентство"

Виды взаимоотношений в схеме "клиент - агентство".
 Виды и типы ценообразования в digital.
 Типы смет.
 Составление и оптимизация смет.
 Виды брифов.
 Составление и анализ брифа.
 Организация и проведение тендеров.
 Правовые аспекты.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающегося и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.04 «Digital-коммуникации» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Тема (раздел)	Методы текущего контроля успеваемости
Особенности реализации инструментов и проектов в digital	Диалог с аудиторией
Особенности и принципы взаимодействия схемы "клиент - агентство"	Опрос

4.1.2. Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): экзамен в виде письменного опроса с разбором типовых ситуаций.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Типовые оценочные материалы по теме 1:

Вопросы для диспута

1. Что является предметом digital -коммуникаций?
2. Назовите сферы деятельности, для которых электронная коммерция имеет важное

значение? И объясните причины.

3. Назовите основные целевые аудитории пользователей Интернет?
4. Охарактеризуйте функции Интернет-сайта компании.
5. В чем заключаются плюсы и минусы такого канала коммуникаций как Интернет?
6. Назовите основные направления коммуникаций в Интернет-среде.

Типовые оценочные материалы по теме 2:

Вопросы к диспуту

1. Необходимость стратегического планирования в цифровых коммуникациях.
2. Различия между тактикой и стратегией в планировании коммуникаций.
3. Элементы коммуникативной стратегии компании в цифровой среде.
4. Источники информации для формирования стратегии коммуникаций.
5. Интернет как источник поиска информации для компании.
6. Конкурентный анализ.

Темы эссе

1. Семантическое ядро
2. Показатель CPO Показатель KPI Показатель SMO показатель UGS в медиаплане
3. Аналитический инструмент Google, предназначенный для отслеживания и анализа поведения посетителей на сайт Google Analytics
4. Страница естественной поисковой выдачи, генерируемая поисковой системой.
5. Аудит сайта.

Типовые оценочные материалы по теме 3:

Вопросы к диспуту

1. Влияние типа хозяйствующего предприятия на реализацию процесса бюджетирования рекламной деятельности;
2. Влияние коммуникационного комплекса предприятия на возможности бюджетирования рекламной деятельности;
3. Критерии оптимальности рекламных расходов и применения принципов медиа – планирования при бюджетировании рекламной деятельности предприятия;
4. Перспективы реализации проектного подхода к регулированию событийных коммуникаций и их учет при бюджетировании рекламной деятельности предприятия.
5. Основные составляющие контроля и анализа отклонений и методы, принципы корректировки бюджетов рекламной деятельности предприятия;
6. Специфика осуществления динамического и статического бюджетирования в рамках тактического и стратегического планирования рекламной деятельности предприятия.

Типовые оценочные материалы по теме 4:

Вопросы к диспуту

1. Перечислите требования, предъявляемые к информации, изложенной в электронных письмах.
2. Что подразумевается под почтовой рассылкой?
3. Что относится к спаму?
4. Назовите основные виды рекламы в Интернет.
5. Что представляет собой контекстная реклама и с чем связана её возрастающая популярность? Перечислите её основные преимущества.

Темы эссе

1. Какова роль Интернет-среды в вирусном маркетинге? Приведите примеры из практики.
2. Как применяются для формирования имиджа компании различные социальные сети и Интернет-сообщества? С чем связана их растущая актуальность?
3. Назовите основные PR-стратегии, применяющиеся для продвижения Интернет-ресурса.
4. Руководствовались ли вы когда-либо рекомендациями и почему участников Интернет-сообществ?
5. В каких случаях особое значение имеет продвижение компании в социальных сетях?
6. Как используется блоггинг и Интернет-форумы для создания нужного отношения к различным событиям и товарам?

Типовые оценочные материалы по теме 5:

Вопросы к диспуту

1. Опишите основные инструменты изучения потребительского спроса в Интернет-среде.
2. Для чего используются счетчики посещаемости Интернет-ресурса и какие показатели статистики они предоставляют?
3. Что представляет собой показатель «уникальных посетителей ресурса»?
4. Как формируются базы данных в Интернет-среде для компании?
5. С какой целью применяются опросы посетителей Интернет-ресурса и какая информация обычно собирается таким методом исследований?
6. Что представляет собой коэффициент конверсии?

Типовые оценочные материалы по теме 6:

Вопросы к диспуту

1. Основные цели и механизмы сегментирования партнеров /клиентов.
2. Основные категории клиентов согласно матрице KAISM
3. Факторные анализ привлекательности бизнес - партнера / клиента /рекламного агентства
4. Балльно-рейтинговая оценка критериев привлекательности и относительной силы партнеров, осуществляющих свою профессиональную деятельность на рекламном рынке (клиент / агентство)
5. Оптимальное количество ключевых и развивающихся клиентов / партнеров

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-5	Владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и	ПК-5.1	Способность использования методов экономического и стратегического анализа коммуникативного поведения субъектов рынка

	рынков в глобальной среде		
ПК-7	Способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада	ПК-7.2	Способность обобщать информацию и делать выводы на основе проведенного анализа информации

4.3.2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-5.1	<p>Знание основных методов исследования сетевой коммуникации</p> <p>Применение данных исследований сетевых коммуникаций для оценки коммуникативного поведения субъектов рынка</p> <p>Знание роли и места рекламной деятельности на глобальных экономических рынках</p> <p>Применение актуальной методологии для исследования, в том числе экономического и стратегического анализа, рекламной деятельности предприятий</p> <p>Владение навыком стратегической и экономической оценки рекламной деятельности</p>	<p>Определяет особенности и специфику применения различных видов сетевой коммуникации</p> <p>Демонстрирует понимание принципов организации и управления сетевыми сообществами</p> <p>Применяет полученные знания и навыки на практике</p> <p>Демонстрирует критическое и аналитическое мышление, исследовательскую логику</p> <p>Объясняет специфику рекламного продвижения, грамотно называет отличительные особенности сетевой рекламной коммуникации</p> <p>Связывает теорию с практикой</p> <p>Верно использует основные понятия и практики рекламной коммуникации</p> <p>Качественно и количественно анализирует рекламную коммуникацию, используя профессиональные методики</p>
ПК-7.2	<p>Воспроизведение методов критического анализа и оценка современных научных достижений,</p> <p>Ознакомление с основными трудами ведущих отечественных и зарубежных экономистов.</p> <p>Генерирование новых идей при</p>	<p>Применяет методы критического анализа и оценки современных научных достижений,</p> <p>Сравнивает и находит отличия, делает выводы и графически иллюстрирует и упорядочивает научно-исследовательскую информацию в виде: таблиц,</p>

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
	решении исследовательских и практических задач, в том числе междисциплинарных	диаграмм, графиков, рисунков и др. Владеет методами генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе междисциплинарных

4.3.3 Типовые контрольные задания или иные материалы (типовые оценочные материалы), необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы промежуточной аттестации

1. Бизнес-сети как разновидность социальных средств коммуникации.
2. Производственные социальные сети как разновидность социальных средств коммуникации.
3. Сайты знакомств как разновидность социальных средств коммуникации.
4. Геосоциальные сервисы как разновидность социальных средств коммуникации.
5. Форумы как разновидность социальных средств коммуникации.
6. Микроблоги как разновидность социальных средств коммуникации.
7. Фотохостинги как разновидность социальных средств коммуникации.
8. Сайты отзывов как разновидность социальных средств коммуникации.
9. Социальные закладки как разновидность социальных средств коммуникации.
10. Социальные игры как разновидность социальных средств коммуникации.
11. Социальные сети как разновидность социальных средств коммуникации.
12. Видеохостинги как разновидность социальных средств коммуникации.
13. Виртуальные миры как разновидность социальных средств коммуникации.
14. Эконометрический подход к измерению эффективности деятельности компаний в социальных медиа.
15. Коммуникационный подход к измерению эффективности деятельности компаний в социальных медиа.
16. Количественные и качественные характеристики мировой и российской сети.
17. Методы изучения, исследовательские компании.
18. Целевая аудитория сайта. Способы сбора и анализа информации по аудитории ресурса. Методология и инструментарий.
19. Какие существуют методы и методики исследования аудитории Интернет?
20. Количественные и качественные?
21. Реклама в интернете, виды, особенности, инструменты рекламы, место рекламы в интернете в общей рекламной практике компании
22. Медийная реклама, виды, особенности, возможности использования, системы управления медийной рекламой
23. Контекстная реклама, виды, особенности, возможности использования
24. Реклама в рассылках, виды, особенности, возможности использования
25. Связь использования различных видов рекламы и типа целевой аудитории
26. Виды и типы ценообразования в digital
27. Продвижение мобильных приложений

28. Модели закупки трафика и размещений.

Шкала оценивания

Оценка	Требования к знаниям
5, «отлично»	<p>Оценка «отлично» выставляется студенту, если он:</p> <p>Применяет методы критического анализа и оценки современных научных достижений,</p> <p>Сравнивает и находит отличия, делает выводы и графически иллюстрирует и упорядочивает научно-исследовательскую информацию в виде: таблиц, диаграмм, графиков, рисунков и др.</p> <p>Владеет методами генерирования новых идей при решении исследовательских и практических задач, в том числе междисциплинарных</p>
4, «хорошо»	<ul style="list-style-type: none"> - Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения. - Учебные достижения в семестровый период и результатами текущего контроля демонстрируют хорошую степень овладения программным материалом.
3, «удовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> - Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ. - Учебные достижения в семестровый период и результатами текущего контроля демонстрируют достаточную (удовлетворительную) степень овладения программным материалом.
2, «неудовлетворительно»	<ul style="list-style-type: none"> - Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине. - Учебные достижения в семестровый период и результатами текущего контроля демонстрировали не высокую степень овладения программным материалом по минимальной планке.

4.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Занятия по дисциплине представлены следующими видами работы: лекции, практические занятия и самостоятельная работа студентов.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся к семинарским занятиям, осуществляют подготовку к промежуточной аттестации.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы

Активность студента по дисциплине оценивается по его выступлениям на практических занятиях.

Оценивание работы студента на семинарских занятиях осуществляется по следующим критериям:

- «Отлично» – активное участие в обсуждении проблем каждого семинара, самостоятельность ответов, свободное владение материалом, полные и аргументированные ответы на вопросы семинара, участие в дискуссиях, твёрдое знание лекционного материала, обязательной и рекомендованной дополнительной литературы, регулярная посещаемость занятий.

- «Хорошо» – недостаточно полное раскрытие некоторых вопросов темы, незначительные ошибки в формулировке категорий и понятий, меньшая активность на семинарах, неполное знание дополнительной литературы, хорошая посещаемость.

- «Удовлетворительно» – ответы на семинарах отражают в целом понимание темы, знание содержания основных категорий и понятий, знакомство с лекционным материалом и рекомендованной основной литературой, недостаточная активность на занятиях, оставляющая желать лучшего посещаемость.

- «Неудовлетворительно» – пассивность на семинарах, частая неготовность при ответах на вопросы, плохая посещаемость, отсутствие качеств, указанных выше, для получения более высоких оценок.

Кроме того, оценивание студента проводится на контрольной неделе в соответствии с распоряжением проректора по учебной работе. Оценивание студента на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия студента (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения студента по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Студент допускается к промежуточной аттестации по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины (по формам текущего контроля). В случае наличия учебной задолженности студент отрабатывает пропущенные занятия в соответствии с требованиями. Оценка студента носит комплексный характер, является балльной и определяется его:

- ответом на экзамене;

- учебными достижениями в семестровый период.

Критерии оценивания устного ответа

Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, показывать его умение применять определения, правила в конкретных случаях.

Критерии оценивания включают в себя:

- 1) полноту и правильность ответа;
- 2) степень осознанности, понимания изученного;
- 3) языковое оформление ответа

- Оценка «отлично» ставится, если студент полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

- Оценка «хорошо» ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.

- Оценка «удовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.

- Оценка «неудовлетворительно» ставится, если студент обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Оценка отмечает такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

Критерии оценивания участия студента в диспуте:

При оценке участия студента в диспуте учитывается: уровень теоретической подготовки (владение категориальным аппаратом, знание нормативно-правовых основ предмета), умение применять имеющиеся знания на практике (пояснить то или иное положение на примере), умение высказывать свое мнение, отстаивать свою позицию, слушать и оценивать различные точки зрения, конструктивно полемизировать, находить точки соприкосновения разных позиций.

- Ответ на вопрос оценивается 0 -10 баллов.
- Каждый студент отвечает на 4 вопроса по теме диспута.
- Обязательные вопросы к коллегам и участие в дискуссии оцениваются в дополнительный 1 балл.
- Максимальный балл – 10.

Критерии оценивания эссе

Объем эссе не должен быть менее 3, но не более 7 страниц текста, включая титул и список литературы.

Оценка «удовлетворительно» предполагает: полученные результаты в значительной степени соответствуют поставленной цели (цель работы достигнута в основном). Обоснована актуальность работы. В процессе анализа литературы отобраны наиболее важные источники, продемонстрировано понимание решаемой проблемы. Выбраны адекватные цели научный подход, методы, процедуры. Они в значительной

степени реализованы в работе. Выводы имеют наглядный и проверяемый характер. Требования по оформлению работы в основном выполнены.

Оценка **«хорошо»** ставится: полученные результаты **преимущественно** соответствуют поставленной цели и задачам. Обоснована практическая и теоретическая актуальность работы. В процессе анализа литературы отобран и проанализирован широкий круг теоретических и эмпирических источников. Выбраны и обоснованы применяемые научные подходы, методы и процедуры. Полученные результаты в целом логичны, доказательны и систематизированы. Оформление работы в целом соответствует существующим требованиям.

Оценка **«отлично»** предполагает: полученные результаты **полностью** соответствуют поставленной цели. Обоснована практическая и теоретическая значимость работы. Проведен детальный анализ теоретических и эмпирических источников, выводы автора самостоятельны и аргументированы. Выбраны и подробно описаны применяемые в работе научные подходы, методы и процедуры. Содержание работы полностью отражает узловые проблемы темы, исследовательская часть (в курсовой работе) выполнена самостоятельно, методологически корректно и содержит достоверные и интересные выводы и положения. Оформление работы полностью отвечает всем требованиям.

- Текст эссе оценивается 1 – 5 баллов.
- Баллы снижаются за: не соответствие заявленных целей и задач теме изучения; ошибках в определении объекта и предмета изучения, не достижение поставленных целей, погрешности в оформлении.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

На первом занятии преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации; во время последующих аудиторных занятий – доводит до студентов информацию о результатах текущего контроля успеваемости.

С целью обеспечения успешного обучения студенту необходимо готовиться к лекции, она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе

Подготовка к лекции заключается в следующем:

- внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
- узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
- запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции

Практические занятия по дисциплине предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций, с проведением контрольных мероприятий.

Подготовка к практическим занятиям:

- внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;

- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;

Подготовка к экзамену

К экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций, семинарских занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к экзамену.

После этого у вас должно сформироваться четкое представление об объеме и характере получаемых знаний и умений по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи экзамена.

Обучение лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом индивидуальных психофизических особенностей, а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Для лиц с нарушением слуха возможно предоставление информации визуально (краткий конспект лекций, основная и дополнительная литература), на лекционных и практических занятиях допускается присутствие ассистента. Оценка знаний студентов на практических занятиях осуществляется на основе письменных конспектов, ответов на вопросы, письменно выполненных практических заданий. Доклад также может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т.д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями слуха проводится в письменной форме, при этом используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки может быть увеличено.

Для лиц с нарушением зрения допускается аудиальное предоставление информации, а также использование на лекциях звукозаписывающих устройств. Допускается присутствие на занятиях ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь. Оценка знаний студентов на семинарских занятиях осуществляется в устной форме (как ответы на вопросы, так и практические задания).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушением зрения проводится устно, при этом текст заданий предоставляется в форме, адаптированной для лиц с нарушением

зрения (укрупненный шрифт), при оценке используются общие критерии оценивания. При необходимости, время подготовки может быть увеличено.

Лица с нарушениями опорно-двигательного аппарата не нуждаются в особых формах предоставления учебных материалов. Однако, с учетом состояния здоровья часть занятий может быть реализована дистанционно (при помощи сети «Интернет»). Так, при невозможности посещения лекционного занятия студент может воспользоваться кратким конспектом лекции. При невозможности посещения практического занятия студент должен предоставить письменный конспект ответов на вопросы, письменно выполненное практическое задание. Доклад также может быть предоставлен в письменной форме (в виде реферата), при этом требования к содержанию остаются теми же, а требования к качеству изложения материала (понятность, качество речи, взаимодействие с аудиторией и т. д.) заменяются на соответствующие требования, предъявляемые к письменным работам (качество оформления текста и списка литературы, грамотность, наличие иллюстрационных материалов и т.д.).

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype). Для этого по договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры. В таком случае вопросы и практическое задание выбираются самим преподавателем.

6. Основная и дополнительная учебная литература, необходимая для освоения дисциплины, ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература

1. Шитова Л.Ф. Digital Idioms = Словарь цифровых идиом. - СПб.: Антология, 2013. <http://www.iprbookshop.ru/42350.html>
2. Шаповалова Н.Г. Основы теории коммуникации: начальный курс: учебно-методическое пособие. Саратов: Вузовское образование, 2018. <http://www.iprbookshop.ru/74286.html>
3. Ермолова Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ / Н. Ермолова; под редакцией Н. Нарциссовой. — 2-е изд. — М.: Альпина Паблишер, 2019. — 408 с. — ISBN 978-5-9614-4754-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/86789.html>

6.2. Дополнительная литература

1. Мелькин Н.В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Н.В. Мелькин, К.С. Горяев. — М.: Инфра-Инженерия, 2017. — 268 с. — ISBN 978-5-9729-0139-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/68990.html>
2. Королева О.Н. Поисковые системы сети Internet: курс лекций / О.Н. Королева, А.В. Мажукин, Т.В. Королева; под редакцией В.И. Мажукин. — М.: Московский гуманитарный университет, 2012. — 34 с. — ISBN 978-5-98079-839-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/14523.html>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Вирин, Ф. Интернет-маркетинг: полный сборник практических инструментов / Ф. Вирин. — М.: Манн, Иванов и Фербер, Эксмо, 2012. — 288 с. — ISBN 978-5-699-54355-7.

— Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/39654.html>

2. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях / Д. Халилов. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 226 с. — ISBN 978-5-91657-759-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/39262.html>

6.4. Нормативные правовые документы

Не используются.

6.5. Интернет-ресурсы

1. Винер Н. Кибернетика и общество. http://grachev62.narod.ru/Wiener/Cyb_s_tl.html
2. Волож А. Интерактивные коммуникационные стратегии. <http://archive.expert.ru/soob/01/01-05-17/data/net1.htm>
3. Далидович Г. Сетевые коммуникации и надличностное общение http://www.russ.ru/netcult/20000907_dalido.html
4. Кузнецов М. Философия Маршалла Маклюэна и ком и социальных идеях Норберта Винера. http://grachev62.narod.ru/Wiener/Cyb_s_cm.html
5. МакКуэйл Д., Виндал С. Модель кодирования/декодирования Холла. <http://www.nsu.ru/psych/internet/bits/hall.htm>
6. Маклюэн М. Средство само есть содержание. <http://dll.botik.ru/libr/cit/macclu.koi8.html>
7. www.cultureinsightbranding.com – межкультурная коммуникация
8. www.libraryseuby.ucoz.ru –источники по теории коммуникации
9. www.sbiblio.com – источники по теории коммуникации
10. www.ecsocman.hse.ru – федеральный образовательный портал
11. www.docme.ru – источники по теории коммуникации
12. www.nbmgu.ru – научная библиотека МГУ им. Ломоносова
13. www.library.hse.ru – научная библиотека ГУ ВШЭ
14. www.lib.pu.ru – научная библиотека Санкт-Петербургского Университета
15. www.elibrary.ru – научная электронная библиотека
16. www.rusneb.ru – российская национальная электронная библиотека
17. www.adme.ru – рекламно-информационный портал
18. www.gumer.info – библиотечно-информационный портал, гуманитарные науки
19. www.universalinternetlibrary.ru – всемирная электронная библиотека
20. www.lib.ru.ec.ru – информационно-библиотечный портал
21. www.rekadvest.ru – сайт обучающих текстов по вопросам коммуникаций, рекламы, PR
22. www.nazarchuk.com – персональный сайт Назарчука А.В.
23. www.sbiblio.com – сайт учебной и научной литературы
24. www.medien.ru – единый электронный ресурс научной и учебной литературы
25. www.scintific.narod.ru - каталог научных ресурсов
26. www.bibliofond.ru – электронная библиотека
27. www.akarussia.ru – ассоциация коммуникативных агентств России

6.6. Иные источники

1. PHP, MySQL, HTML5 и CSS 3. Разработка современных динамических Web-сайтов: Пособие / Дронов В.А. СПб: БХВ-Петербург, 2016.
2. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов / Мелькин Н.В. Вологда: Инфра-Инженерия, 2017.
3. Щербаков С. Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM-менеджера. СПб.: Питер, 2017.

4. Ашманов И., Иванов А. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах. СПб.: Питер, 2013.
5. Билтон Ник. Инкубатор Twitter. Подлинная история денег, власти, дружбы и предательства. М.: Азбука-Аттикус, 2015.
6. Годин Сет. Лидер есть в каждом. Племена в эпоху социальных сетей. М.: Альпина Бизнес Букс, 2012.
7. Интернет-маркетинг: Учебник / Акулич М.В. М.: Дашков и К, 2016.
8. Кеннеди Д. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум. СПб. Изд-во «Альпина Паблишер». 2017 г. 344 с.
9. Кожушко О. Интернет-маркетинг и Digital-стратегии. Принципы эффективного использования. Изд-во «Новосибирский государственный университет. Интелсиб». 2017.
10. Кокрум Дж. Интернет-маркетинг. Лучшие бесплатные инструменты. М.: Изд-во «Манн, Иванов и Фербер». 2013.
11. Петроченков А. Идеальный Landing page. Создаем продающие web-страницы. СПб. Изд-во «Питер». 2017 г. 320 с.
12. Разработка и оформление текстового содержания сайтов: Пособие / Чебыкин Р.И. СПб: БХВ-Петербург, 2014.
13. Сенаторов А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях. СПб. Изд-во «Альпина Диджитал». 2016.
14. Скотт Д.М. Новые правила маркетинга и PR. Как использовать социальные сети, блоги, подкасты и вирусный маркетинг для непосредственного контакта с покупателем. М.: Альпина Паблишер, 2013.
15. Стоун Биз. Решайся! Заряд на создание великого от основателя Twitter / М.: ЭКСМО, 2015.
16. Федеральный закон «О рекламе». Серия: Актуальное законодательство. М.: Эксмо, 2013.
17. Шарков Ф.И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Ф.И. Шарков. - 2-е изд. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

Академия проводит постоянную работу по созданию и системному улучшению условий получения образования людьми с ограниченными возможностями здоровья. В настоящее время здания и территории Академии оснащены лифтами для перевозки

инвалидов в колясках, порядка 80% аудиторий и компьютерных классов имеют двери, соответствующие требованиям нормативов, оборудованы пандусы при входе в здания, а также внутри учебных корпусов и общежития, имеются специальные туалеты.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации. Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивают возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

Академия обеспечена необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Организован доступ к следующим электронным ресурсам:

[Bloomberg](#)

[EBSCO Publishing](#)

[eLIBRARY.RU](#)

[Emerging Markets Information Service](#)

[Google Scholar \(Google Академия\)](#)

[IMF eLibrary](#)

[JSTOR](#)

[New Palgrave Dictionary of Economics – Электронный словарь.](#)

[OECD iLibrary](#)

[Oxford Handbooks Online](#)

[Polpred.com Обзор СМИ](#)

[Science Direct - Журналы издательства Elsevier по экономике и эконометрике, бизнесу и финансам, социальным наукам и психологии, математике и информатике;](#)

[SCOPUS](#)

[Web of Science](#)

[Wiley Online Library](#)

[World Bank Elibrary](#)

[Архивы научных журналов NEICON](#)

[Интернет-сервис «Антиплагиат»](#)

[Система Профессионального Анализа Рынков и Компаний «СПАРК»](#)

[ЭБС Издательства "Лань"](#)

[ЭБС Юрайт](#)

[Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»](#)