

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

Институт общественных наук

Кафедра политических и общественных наук

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой политических и
общественных коммуникаций
Протокол от «23» мая 2018 г.
№ 10

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.36 Цифровые коммуникации

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

по направлению подготовки (специальности)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

профиль "Диджитал реклама и связи с общественностью"

бакалавр

очной формы обучения

Год набора - 2019

Москва, 2018 г.

Автор–составитель:

Кандидат экономических наук, доцент кафедры государственного регулирования экономики, факультета государственного управления ИОН, Захарова Мария Васильевна

Старший преподаватель кафедры политических и общественных коммуникаций, Максим Львович Поляков

Заведующий кафедрой
политических и общественных
коммуникаций, профессор, PhD

С. Потоликкио

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	
3. Содержание и структура дисциплины	
4. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	
4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	
4.2. Материалы текущего контроля успеваемости.....	
4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.....	
4.4. Методические материалы.....	
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	
6.1. Основная литература.....	
6.2. Дополнительная литература.....	
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	
6.4. Нормативные правовые документы.....	
6.5. Интернет-ресурсы.....	
6.6. Иные источники.....	
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.О.36 Цифровые коммуникации обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компет енции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК – 12	Способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	2 этап (код этапа ПК -12.2)	– Владение технологиями формирования общественного мнения

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

Трудовые функции/действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
выбор методологии и инструментов; планирование работ.	2 этап (код этапа ПК -12.2)	на уровне знаний: - основные понятия и теоретические основы рекламы и PR; - технику взаимодействия организации и общества, общества и СМИ; - типологию и принципы создания рекламного продукта и продукта в сфере PR;
		на уровне умений: - осуществлять свои профессиональные функции во всех сферах жизнедеятельности общества; - создавать оптимальные условия для профессиональной деятельности, подготовить материалы для создания рекламного продукта и PR; - осуществлять анализ любых СМИ и организовывать любые PR-мероприятия; -управлять общественным мнением.
		на уровне навыков: - навыками формирования общественного мнения и производства рекламного продукта. - навыками организации работы отдела по СО, отдела рекламы, СМИ в любой сфере социального бытия. - владение методиками мониторинга, SWOT-

		анализа, контент-анализа, 17 планирования, проведения и оценки PR-мероприятия. - технологиями формирования общественного мнения в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере.
--	--	---

2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина по учебному плану составляет 2 ЗЕ, т.е. 72 ак.ч./54 аст.ч, в том числе 14 ак.ч./10,5 аст.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий и 58 ак.ч./43,5 аст.ч. - самостоятельная работа обучающихся.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

— Б1.В.05 Цифровые коммуникации, 4 курс, 5 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом

— дисциплина реализуется после изучения:

Интернет-технологии

Практика по получению профессиональных умений и опыта практической деятельности

Дисциплина «Медиаисследования» базируется на курсах дисциплин, изучаемых в образовательных программах бакалавриата: «Теория и практика массовой коммуникации», «Теория и практика массовой коммуникации». Изучение дисциплины «Медиапланирование» сопрягается с овладением теоретико-методологическим базисом дисциплин общенаучного и профессионального циклов данной образовательной программы: «Концепции современного естествознания», «Социология», «Информатика», с заданиями по практическому применению их в ходе научно-исследовательской работы и с выполнением программ практики.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
1	Тема 1. Введение: технологии, новые	6			1		5	О, Д, ДЗ

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
	медиа, тренды, цифровые технологии, коммуникация							
2	Тема 2. Google и поисковые системы	6			1		5	О, Д, ДЗ
3	Тема 3. Facebook и социальные сети	6			1		5	О, Д, ДЗ
4	Тема 4. Краудсорсинг. Wikipedia и контент, созданный пользователями.	6			1		5	О, Д, ДЗ
5	Тема 5. Виртуальная реальность	6			1		5	О, Д, ДЗ
6	Тема 6. Журналистика в новой среде. Нарративные техники в цифровых медиа.	6			1		5	О, Д, ДЗ
7	Тема 7. Geek культура и рынок развлечений	6			1		5	О, Д, ДЗ
8	Тема 8. Смартфоны и мобильные приложения. iTunes и Google Play	6			1		5	О, Д, ДЗ

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ЭО, ДОТ*	ЛР/ ЭО, ДОТ*	ПЗ/ ЭО, ДОТ*	КСР		
Очная форма обучения								
9	Тема 9. Программирование и его взаимосвязь с потребителем	8			2		6	О, Д, ДЗ
10	Тема 10. Управление цифровыми проектами	8			2		6	О, Д, ДЗ, П
11	Тема 11. Web дизайн и интерфейсы	8			2		6	О, Д, ДЗ
	Промежуточная аттестация							Зачет с оценкой
	Всего	72			14		58	

Содержание дисциплины

Тема 1. Введение: технологии, новые медиа, тренды, цифровые технологии, коммуникации

Традиционные медиа и «новые» медиа: основные тренды. Технологии, современные модели создания и потребления. Мобильные устройства и экраны как «новая бумага».

Тема 2. Google и поисковые системы

Предпосылки возникновения поисковых систем. История создания. Поисковые алгоритмы. Устройство компаний. Основные сервисы. Экономические и аудиторные показатели.

Тема 3. Facebook и социальные сети.

История создания крупнейших сетей. Предпосылки возникновения. Рыночные показатели. Основные сервисы. Экономические и аудиторные показатели. Прогноз развития.

Тема 4. Краудсорсинг. Wikipedia и контент, созданный пользователями.

Феномен виртуальной толпы. Как привлечь пользователей к участию в создании контента. Лучшие примеры. Как устроена Википедия и как финансируется.

Тема 5. Виртуальная реальность.

Технические решения и платформы, создающие виртуальную реальность. Тенденции развития, примеры.

Тема 6. Журналистика в новой среде.

Нарративные техники в цифровых медиа. Как писать для сети. Как журналист взаимодействует с новыми технологиями. Лонгриды, мультимедиа, тесты, сценарии игр.

Тема 7. Geek культура и рынок развлечений

Почему комиксы у подростков популярнее детективов, а «Игра престолов» превратилась в предмет поклонения. Во что играют kids? Почему гики стали влиятельными участниками цифровой революции.

Тема 8. Смартфоны и мобильные приложения. iTunes и Google Play

Mobile first. Создание и распространение приложений для смартфонов. Рынок приложений. Лучшие из них. Новые привычки чтения.

Тема 9. Программирование и его взаимосвязь с потребителем

Языки программирования, применяемые для создания новых медиа. Самое важное, что чайникам нужно знать об этом.

Тема 10. Управление цифровыми проектами

Как придумать цифровой проект. Лучшие примеры. Гибкие методы управления. SCRUM.

Тема 11. Web дизайн и интерфейсы

Что такое «выглядеть современно» в цифровой среде. Тренды времени, примеры и дизайнеры. Понятие «юзабилити» и его связь с рынком.

1. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся 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.5 «Цифровые коммуникации» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

при проведении занятий лекционного типа:

занятия лекционного типа не предусматриваются

при проведении занятий семинарского типа:

опросы, диспуты, доклады/презентации

при контроле результатов самостоятельной работы студентов:

домашние задания

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Тематика презентаций:

- Twitter

- Snapchats
- Baidu
- Telegram channels
- Youtube - история создания. Youtube for business.
- Oxford Anaitica case at US President election 2017
- Цифровая стратегия крупной корпорации
- Appstore. Как продвинуть свое приложение на этом прилавке
- Vox media (US)
- Fake news 2016-2017
- Now This channel

Вопросы для опроса и диспутов:

1. Объем и границы понятия «новые медиа».
2. Теории существования медиа.
3. История социальных сетей. Основные этапы развития в XX веке.
4. Технологические предпосылки возникновения социальных сетей.
5. Функции цифровых медиа в культуре глобального информационного общества.
6. Сетевой принцип социальной организации.
7. Сетевые сообщества. Социально-психологические характеристики.
8. Принципы культуры WEB 2.0.
9. Социальный капитал и феномен доверия.
10. Особенности межличностной коммуникации.
11. Маркетинг в социальных сетях.
12. Предпринимательство и инновации в социальных сетях.
13. Рекрутинг в социальных сетях.
14. Социальные продажи.
15. Социальный бизнес.
16. Социальные медиа.
17. Блоггинг и традиционная журналистика.
18. Особенности текстов в цифровых медиа.
19. Культурные и лингвистические особенности коммуникации в Твиттере.
20. Анализ особенностей крупнейших социальных сетей.

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компет енции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК – 12	Способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	2 этап (код этапа ПК -12.2)	– Владение технологиями формирования общественного мнения

Этап компетенции	Показатели оценивания	Критерии оценивания
<i>2 этап (код этапа ПК -12.2) – Владение технологиями формирования общественного мнения</i>	Демонстрирует понимание технологий формирования общественного мнения Способен собрать показатели общественного мнения	Использует и применяет технологии построения общественного мнения Применяет навыки опросов общественного мнения

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета с оценкой в форме устного ответа на вопросы.

4.2.3. Типовые оценочные средства

Примерные вопросы для зачета:

1. В чем суть технологической революции 21 века?
2. Каковы отличия цифровых медиа от традиционных?
3. Назовите основные тенденции развития новых цифровых медиа
4. Какие инструменты интернет-маркетинга вы знаете? Как они работают?
5. Каковы основные показатели работы цифрового медиа?
6. Как рассчитывается рекламный инвентарь сайта? Какие показатели влияют на его продажу.
7. Что такое User Generated Content и как его привлечь?

8. Каковы основные виды дохода цифровых медиа? Кто является лидерами?
9. Какие типы новых медиа вы знаете?
10. Как работают поисковые системы? Какие способы улучшить поисковые результаты для какого-либо сайта вы знаете?
11. В чем идея и как устроена социальная сеть на примере Facebook? Назовите программное обеспечение, использованное при ее создании.
12. Каково влияние технологий на журналистику и создание контента?

Шкала оценивания.

Знания, умения, навыки студента на зачете с оценкой оцениваются следующим образом:

- «отлично» – 5,
- «хорошо» – 4,
- «удовлетворительно» – 3,
- «неудовлетворительно» – 2.

Положительными оценками являются: 3-5

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

5 «Отлично»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 86-100%
4 «Хорошо»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 70-85%
3 «Удовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-69%
2 «Неудовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

4.3. Методические материалы

Раздел раскрывается в Паспортах компетенции ПК ОС LA – 2, ПК ОС LA – 12 и ПК ОС LA – 13 (Приложение 1 ОП ВО).

2 раздел в Методических рекомендациях организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

http://www.ranepa.ru/images/docs/svedeniya_ooo/Metod_Disciplin_2015.pdf

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

(http://www.ranepa.ru/images/docs/pk/Pologenie_o_tekushem_kontrole_31_07_2015.pdf)

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации организации образовательного процесса по освоению дисциплины в ФГБОУ ВО РАНХиГС

Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в РАНХиГС

Дисциплина изучается на протяжении одного семестра и завершается зачетом с оценкой. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются семинарские занятия. В ходе семинарских занятий рассматриваются основные понятия тем, углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных вопросов, развиваются навыки в соответствии с этапами формирования компетенций.

Организация деятельности студента по видам учебных занятий	
Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Практические занятия	<p>На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники.</p> <p>Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.</p>
Групповая дискуссия, диспут	<p>Групповая дискуссия - это средство, которое позволяет определить уровень сформированности профессиональных навыков в условиях максимально приближенных к профессиональной среде. Модерацией дискуссии занимается преподаватель, который предлагает актуальную тему для дискуссии, ставит вопросы, акцентирует внимание аудитории на</p>

	<p>наиболее значимых аспектах.</p> <p>Проведение групповой дискуссии позволяет оценить формирование у студента соответствующих навыков, в том числе умение ставить проблему, обосновывать пути ее возможного разрешения, умение вести цивилизованный диалог, отстаивать свою точку зрения, аргументировано отвечать на правовые позиции иных участников групповой дискуссии, способность «на ходу» оценивать свои и чужие аргументы и факты, свободно оперировать фактическим материалом и без предварительной подготовки обрабатывать возникающие вопросы и проблемы.</p> <p>Семинар-дискуссия может содержать элементы «мозгового штурма»: участники стремятся выдвинуть как можно больше идей, не подвергая их критике; потом выделяются главные, они обсуждаются и развиваются, оцениваются возможности их доказательства или опровержения.</p>
--	---

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

Шарков Ф.И., Бузин В.Н.	Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование	Дашков и К	2015	http://www.iprbookshop.ru/14342.html
Бузин В.Н., Бузина Т.С.	Медиапланирование. Теория и практика	ЮНИТИ- ДАНА	2015	http://www.iprbookshop.ru/52673.html
Киселёв А.Г.	Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть	ЮНИТИ- ДАНА	2015	http://www.iprbookshop.ru/52573.html

6.2. Дополнительная литература

Романов А.А.	Массовые коммуникации	Евразийский открытый институт	2010	http://www.iprbookshop.ru/10771.html !
-----------------	-----------------------	-------------------------------	------	--

Головлев а Е.Л.	Массовые коммуникации и медиапланировани е	Академически й проспект	200 9	http://www.iprbookshop.ru/36405.htm
--------------------	---	----------------------------	----------	---

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Белановский С.А. Метод фокус-групп. – М.: Магистр, 1996. -272 с.
2. Боришполец К.П. Методы политических исследований: Учебное пособие для студентов вузов/ К.П. Боришполец. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 221 с.
3. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: Учеб. пособие / Елена Вартанова. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 335 с.
4. Джарол Б., Мангейм К., Ричард К. Рич. Политология. Методы исследования: Пер. с англ. /Общ. ред. и вступ. сл. А.К. Соколова. – М.: Издательство «Весь мир», 1999. – 544 с.
5. Жеребцов М.В. Метод «Grounded Theory» как метод качественного анализа данных// Вестник Московского университета. Сер.18. Социология и политология. – 2004. - №1. – с. 89-104.

6.4. Нормативные правовые документы.

Не предусматриваются

6.5. Интернет-ресурсы.

1. www.mediascope.ru
2. [www. medialogia.ru](http://www.medialogia.ru)
3. www.mediaguide.ru
4. www.editorswellog.ru
5. www.gipp.ru
6. www.WAN-PRESS.RU
7. [www. wan-press.org/Home](http://www.wan-press.org/Home)
8. www.gdf.ru
9. www.mediocratia.ru
10. www.smi.ru

6.6. Иные источники.

1. <http://iprbookshop.ru/> (Электронная научная библиотека РАНХиГС)
2. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (Электронная библиотека)
3. <https://www.biblio-online.ru/> (Электронная библиотека издательства «Юрайт»)
4. www.google.ru (Поисковая система)
5. www.yandex.ru (Поисковая система)

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Специализированного оснащения для выполнения практических занятий и заданий не требуется.

Для реализации дисциплины необходимо следующее материально-техническое и программное обеспечение, включающее аудитории, программное обеспечение, технические

средства:

- Аудитории со столами по количеству студентов, оборудованные экраном и проектором (допускается использование переносной/мобильной техники);
- Программное обеспечение Microsoft Word или аналог;
 - MS PowerPoint или аналогичный редактор презентаций (допускается наличие в компьютерных классах при предоставлении доступа студентам по предварительному запросу).