

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Автор: к.э.н., доцент кафедры рекламы и связей с общественностью А.Б. Цветкова

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.04.02 Менеджмент, «Управление рекламным и медиабизнесом»

Квалификация (степень) выпускника:

Магистр

Цель освоения дисциплины:

Сформировать компетенции владением методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде; способностью представлять результаты проведенного исследования в виде научного отчета, статьи или доклада.

План курса:

Тема 1. Основные термины и понятия

Что есть «цифровые 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 «цифровые 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.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

В ходе реализации дисциплины 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

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

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>